

**PENGARUH VARIAN MENU DAN SUASANA CAFE TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE DAR DAN RISOL
LAMPASEH KOTA BANDA ACEH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S1)

OLEH :

T. ABDULLAH ARIF
NPM: 1902120213



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
BANDA ACEH
2025**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 26 Agustus 2025

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

T. ABDULLAH ARIF
NPM: 1902120213

Dengan judul:

**PENGARUH VARIAN MENU DAN SUASANA CAFE TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE DAR DAN RISOL
LAMPASEH KOTA BANDA ACEH**

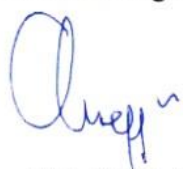
Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Manajemen


Dr. Tuwisna, S.E., M.M
NIK. 19850710 201506 2 001

Pembimbing I


Amelia, S.E., M.B.A., Ph.D
NIK. 19820501 201503 2 001

Pembimbing II


Suryani Murad, S.E., M.Si
NIK. 19720205 200103 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,




Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK. 19820911 201306 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 26 Agustus 2025

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

T. ABDULLAH ARIF
NPM: 1902120213

Dengan judul:

**PENGARUH VARIAN MENU DAN SUASANA CAFE TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE DAR DAN RISOL
LAMPASEH KOTA BANDA ACEH**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal, 07 Agustus 2025

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua

Amelia, S.E., M.B.A., Ph.D
NIK. 19820501 201503 2 001

Sekretaris

Suryani Murad, S.E., M.Si
NIK. 19720205 200103 2 001

Anggota

Dr. Amelia Rahmi, S.E., M.M
NIK. 19830119 201306 2 001

Anggota

Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK. 19820911 201306 1 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Tawisna, S.E., M.M
NIK. 19850710 201506 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU”



METERAI
TEMPEL

FDAMX417027387

Banda Aceh, 26 Agustus 2025
Yang Menyatakan

T.Abdullah Arif
NPM :1902120213

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **T.Abdullah Arif**
NPM : 1902120213
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH VARIAN MENU DAN SUASANA CAFÉ TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFÉ DAR DAN RISOL LAMPASEH KOTA BANDA ACEH

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 26 Agustus 2025

Banda Aceh, 26 Agustus 2025
Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
BDAMX417027382

T.Abdullah Arif
NPM :1902120213

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Varian Menu Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh”**. Selanjutnya salawat dan salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa Syiar Islam di atas muka bumi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak luput dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari semua pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Marlizar S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Ibu Syamsidar, SE., M.Si. Ak.CA selaku Wakil Dekan I, Bapak Rusnaldi, SE selaku Wakil Dekan II, Bapak Zulkifli Umar, S.E., M.Si. Ak selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Ibu Dr. Tuwisna SE, MM selaku Ketua Jurusan program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
4. Ibu Suryani Murad, SE, M.Si Selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh dan Selaku pembimbing II penulis yang telah banyak memberikan dorongan, arahan dan meluangkan waktunya membantu penulis menyelesaikan skripsi ini

5. Ibu Amelia SE, MBA Selaku pembimbing I penulis yang telah banyak meluangkan waktunya serta memberikan pengarahan dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen, Staf Tata Usaha, Akademik, dan Karyawan Fakultas Ekonomi Muhammadiyah khususnya staf pengajar pada jurusan Manajemen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Rekan-rekan, teman dan sahabat-sahabat, serta teman-teman angkatan 2019 saya yang telah banyak memberikan dorongan, semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Demikianlah mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua, terutama kepada penulis sendiri. Namun penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam penyajian maupun dalam pembahasannya, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini, Semoga Allah SWT akan membalasnya dikemudian hari. *Amin ya Rabbal A'lam.*

Banda Aceh, Juni 2025

T. Abdullah Arif

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
 BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	 9
2.1 Landasan Teoritis.....	9
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	9
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	9
2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen	11
2.1.2 Varian Menu.....	12
2.1.2.1 Pengertian Varian Menu.....	12
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Varian Menu	14
2.1.2.3 Indikator Varian Menu	14
2.1.3 Suasana Cafe.....	15
2.1.3.1 Pengertian Suasana Cafe.....	15
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Suasana Café.....	17
2.1.3.3 Indikator Suasana Cafe.....	17
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis.....	24
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.1.1 Tujuan Penelitian.....	25
3.1.2 Jenis Penelitian.....	25
3.1.3 Horizon Waktu	25
3.1.4 Unit Analisis.....	26
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel Penelitian.....	27

3.3	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3.1	Sumber Data.....	29
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4	Definisi dan Operasional Variabel.....	31
3.5	Teknik Analisis Data.....	32
3.6	Pengujian Data.....	33
3.6.1	Uji Validitas.....	33
3.6.2	Uji Reabilitas.....	34
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.7.1	Uji Normalitas.....	34
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	35
3.7.3	Uji Heterokedastisitas.....	35
3.8	Pengujian Hipotesis.....	36
3.8.1	Uji t (Individu/Parsial)......	37
3.8.2	Uji f (Uji Simultan).....	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1	Gambaran Umum dan Sejarah Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.....	38
4.2	Karakteristik Responden.....	39
4.3	Hasil Pengujian Data.....	41
4.2.1	Pengujian Validitas.....	41
4.2.2	Pengujian Reliabilitas	42
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1	Uji Normalitas.....	43
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	44
4.4.3	Uji Heterokedastisitas.....	45
4.5	Analisis Deskriptif.....	46
4.5.1	Variabel Varian Menu	46
4.5.2	Variabel Suasana Cafe.....	48
4.5.3	Variabel Kepuasan Konsumen.....	50
4.6	Pembahasan.....	51
4.6.1	Pengujian Hipotesis	51
4.6.2	asil Uji Parsial (Uji t).....	54
4.6.3	Hasil Uji Simultan (uji F).....	55
4.7	Implikasi Penelitian.....	56
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran.....	57
	DAFTAR PUSTAKA.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah konsumen yang berkunjung di 5 bulan terakhir Periode Mei-September 2024.....	4
2.1 Penelitian sebelumnya	21
3.1 Proses Kegiatan Penelitian	25
3.2 Skala Likert.....	27
3.3 Definisi Operasional Variabel	32
4.1 Karakteristik Responden.....	39
4.2 Hasil Uji Validitas	42
4.3 Reliabilitas Variabel Penelitian	43
4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	45
4.5 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Varian Menu	47
4.6 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Suasana Cafe	48
4.7 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	50
4.8 Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat	51
4.9 Model Summary	53
4.10 <i>Tabel Analisis Of Variance (ANOVA)</i>	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	44
4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	46

**PENGARUH VARIAN MENU DAN SUASANA CAFE TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE DAR DAN RISOL
LAMPASEH KOTA BANDA ACEH**

T. ABDULLAH ARIF
NPM: 1902120213

Pembimbing I : Amelia SE, MBA
Pembimbing II : Suryani Murad, SE, M.Si

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh Varian menu dan Suasana cafe terhadap Kepuasan konsumen Pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh. Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kuantitatif, jumlah sampel sebanyak 99 orang konsumen Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh dengan menggunakan teknik Purposive Sampling dan teknik analisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan Software SPSS 17.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel varian menu dan suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh. Pengujian secara parsial bahwa varian menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh. Kemudian suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh dan variabel varian menu mempunyai pengaruh dominan dalam meningkatkan Kepuasan konsumen pada Kartu Telkomsel Kota Banda Aceh di Banda Aceh.

Kata kunci: *Kepuasan konsumen, Varian menu, dan Kualitas Pelayanan*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis kafe saat ini termasuk salah satu usaha yang memiliki pasar luas dan prospektif. Coffee shop adalah tempat yang menyajikan berbagai minuman, baik kopi maupun non-kopi, yang diracik oleh barista, serta menawarkan makanan dengan suasana nyaman dan interior menarik. Hal ini membuat konsumen betah berlama-lama di coffee shop. Saat ini, kopi bukan lagi sekadar minuman yang dikonsumsi di rumah atau kedai, tetapi telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari seperti mengerjakan tugas, berdiskusi, dan lain-lain, dengan suasana yang lebih modern dan berkelas.

Sebuah perusahaan atau usaha yang bergerak di sektor konsumsi perlu mampu bertahan dalam persaingan ketat untuk merebut pangsa pasar. Untuk itu, perusahaan harus dapat mengendalikan pertumbuhan jumlah konsumen. Salah satu cara untuk mencapai pengendalian ini adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen melalui penyediaan variasi menu dan suasana yang sesuai dengan kebutuhan serta tren terkini, secara berkualitas dan berkelanjutan.

Kedai kopi atau kafe saat ini memiliki peluang yang baik bagi siapa saja yang ingin memulai bisnis. Hal ini karena tren minum kopi terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir, sesuai yang diberitakan oleh beberapa media online bahwa banyak kafe bermunculan di berbagai tempat. Penikmat kopi pun datang dari berbagai kalangan, mulai dari remaja, dewasa, hingga orang tua, yang menjadikan kopi sebagai minuman favorit (Nurhidayati, 2023).

Peluang bisnis ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin dalam menjalankan kedai kopi modern. Meskipun tren bisnis kafe terus berkembang, di balik pasar yang luas, persaingan dalam industri kopi di Indonesia semakin sengit. Namun, setiap pemilik kedai kopi membutuhkan strategi yang tepat agar produk yang mereka tawarkan diminati oleh konsumen. Pengusaha harus memahami kelebihan, risiko, serta faktor pendukung lainnya dalam mengembangkan coffee shop agar dapat meraih keuntungan yang menguntungkan dan tetap bertahan di masa depan.

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut setiap pengusaha untuk memiliki strategi guna menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan. Agar tujuan utama pendirian usaha tercapai, strategi ini harus dijalankan dengan baik. Setiap pengusaha tentu ingin memajukan usahanya dan berhasil dalam memasarkan produknya, karena pada dasarnya tujuan dari mendirikan usaha adalah untuk meraih keuntungan maksimal. Oleh karena itu, diperlukan konsep strategi pemasaran yang jelas dalam suatu usaha. Strategi ini juga berguna untuk melindungi bisnis dari ancaman persaingan yang terus meningkat.

Di samping itu, setiap pengusaha harus memiliki kemampuan yang unggul dalam bersaing agar bisnisnya bisa lebih maju dibandingkan yang lain. Pengusaha harus jeli dan produktif dalam mengamati situasi sekitar, termasuk mengidentifikasi dan menganalisis para pesaing. Seiring bertambahnya jumlah pesaing, konsumen memiliki lebih banyak pilihan untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Dalam kondisi ini, pembeli akan lebih cermat dalam membandingkan kualitas produk antara satu toko dengan yang lain, serta melihat apakah kualitas yang didapat tersebut sebanding dengan strategi pemasaran

yang diterapkan oleh usaha. Menurut Assauri (2017:168), strategi pemasaran adalah "serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberikan arah pada upaya pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada setiap tingkatan dan acuan, serta alokasinya, terutama sebagai respons perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi yang terus berubah.

Salah satu usaha *coffe shop* di Kota Banda Aceh adalah Café Dar dan Risol Lampaseh merupakan sebuah usaha dalam bidang kuliner yang mulai beroperasi pada tahun 2019. Usaha Café Dar dan Risol Lampaseh menawarkan tempat makan dengan konsep modern dan dekorasi yang atraktif. Kafe ini buka setiap hari mulai pukul 10.00 hingga 23.00 WIB. Lokasinya pun sangat strategis, mudah diakses karena berada dekat jalan utama kecamatan Kuta Raja Banda Aceh. Usaha ini memiliki pembeli yang mayoritas berada di tingkat daerah kecamatan Kuta Raja, mengingat belum adanya usaha serupa di tingkat tersebut. Usaha ini memiliki potensi yang besar, terutama untuk menarik perhatian generasi muda.

Kepuasan konsumen memiliki peran penting bagi sebuah usaha, terutama yang bergerak di bidang jasa pelayanan, baik usaha rumahan maupun seperti kafe. Menurut Tjiptono (2018), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 15 Oktober 2024 pada pemilik usaha Cafe dar dan risol lampaseh kota, diperoleh informasi tentang jumlah pengunjung Cafe dar dan risol lampaseh Kota Aceh Banda Aceh pada bulan Mei sampai September 2024:

Tabel 1.1
Jumlah konsumen yang berkunjung di 5 bulan terakhir
Periode Mei-September 2024

No	Tahun	Jumlah Orang	Perkembangan (%)
1	Mei	3,360	0.00%
2	Juni	2,550	-31.76%
4	Juli	3,600	29.17%
4	Agustus	3,420	-5.26%
5	September	3,330	-2.70%
Total		16,260	

Sumber : *Data Cafe dar dan risol lampaseh,diolah penulis(2024)*

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas diperoleh bahwa dari bulan Mei – September 2024 kondisi pertumbuhan jumlah konsumen yang berkunjung atau melakukan pembelian pada ke Cafe dar dan risol Lampaseh mengalami *fluktuatif*, artinya terjadi peningkatan ataupun penurunan, pada bulan Mei jumlah konsumen mencapai 3,360 orang, dan terjadi penurunan pada Juni mencapai --31.76%, kemudian peningkatan sangat tinggi terjadi di bulan Juli dimana pertumbuhannya mencapai 29.17%, kemudian mengalami penurunan pada Agustus yang mencapai -5.26% dan kembali menurut di bulan terakhir September sebesar 2.70%. Peningkatan maupun penurunan jumlah pembelian ini menurut pemilik usaha disebabkan karena beberapa hal, termasuk kondisi ekonomi yang sedang menurun dan banyaknya café baru dengan konsep yang sama di Banda Aceh.

Selain kepada pemilik, peneliti juga mewawancarai 20 konsumen cafe dar dan risol secara acak pada tanggal 25 Oktober 2024 untuk mengetahui kepuasan mereka. Peneliti mengajukan pertanyaan seperti pelayanan, keterampilan karyawan dan waktu tunggu makanan. Hasilnya adalah mayoritas konsumen menyatakan

bahwa mereka belum puas terhadap Café Dar dan Risol karena beberapa alasan, contohnya pelayanan sikap dan keterampilan staf dalam melayani konsumen belum begitu ramah. Selain itu, waktu tunggu yang dibutuhkan untuk mendapatkan pesanan setelah melakukan pemesanan juga terkadang lama, dan bagi konsumen waktu tunggu dianggap sebagai bagian dari layanan yang baik.

Adanya ketidakpuasan tentu saja menjadi masalah bagi suatu usaha karena konsumen yang merasa puas merupakan aset berharga bagi perusahaan. Kepuasan konsumen adalah kunci dalam membangun loyalitas, karena konsumen yang puas cenderung menjadi konsumen setia. Kepuasan akan suatu produk atau jasa muncul ketika konsumen memberikan penilaian positif terhadap pengalaman transaksi mereka. Selain itu, manajemen hubungan konsumen yang baik juga berkontribusi pada terciptanya kepuasan. Hasilnya, konsumen yang puas akan tetap loyal dan berbagi pengalaman positif tentang perusahaan serta produknya kepada orang lain (Dharmayanti, 2016).

Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya adalah varian menu. Dalam bisnis kuliner, variasi menu yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Variasi menu merujuk pada beragam jenis makanan yang disediakan oleh pemilik usaha, yang dapat dibedakan berdasarkan bahan baku, resep, metode pengolahan, hingga jenis hidangan. Banyaknya pilihan menu yang disediakan, terutama dalam bisnis café maupun usaha makanan lainnya, memudahkan konsumen untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Keberagaman menu yang ditawarkan dan penampilan menarik dari hidangan

tersebut membuat konsumen tidak bosan untuk kembali ke hotel tersebut.

Survei awal tentang varian menu pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh diperoleh bahwa meskipun cafe Dar dan Risol telah menawarkan varian menu yang banyak dan makanan risol yang beragam, namun masih ada tantangan utama varian tersebut masih ada tidak sesuai dengan selera dan kebutuhan pelanggan, serta dianggap masih belum mampu bersaing dengan kafe dan restoran lain di Banda Aceh.

Selain itu, suasana cafe juga memiliki bisa menjadi pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Suasana yang nyaman, menarik, dan sesuai dengan preferensi target pasar dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen. Beberapa faktor yang memengaruhi suasana cafe meliputi desain interior, tata letak ruangan, pencahayaan, pemilihan warna, musik latar, dan aroma. Semua elemen ini dapat berperan dalam menciptakan suasana yang mengundang konsumen untuk tinggal lebih lama, menghabiskan lebih banyak uang, dan kembali ke cafe tersebut di masa depan.

Observasi tentang suasana cafe pada Café Dar dan Risol diperoleh bahwa Dar Risol Cafe di Banda Aceh dikenal sebagai tempat yang estetik dan menawarkan pengalaman kuliner khas Aceh yang menggugah selera. Meskipun demikian, fenomena yang dihadapi adalah penggunaan material plastik dalam desain interiornya, yang dapat mempengaruhi estetika dan kenyamanan pengunjung. Selain itu, dengan menjamurnya kafe modern di Banda Aceh, persaingan dalam menciptakan suasana yang unik dan menarik menjadi tantangan tersendiri. Kafe-kafe dituntut untuk tidak hanya menyajikan menu yang lezat, tetapi juga

menghadirkan suasana yang nyaman dan instagramable untuk menarik pengunjung. Oleh karena itu, penting bagi Dar Risol Cafe untuk terus berinovasi dalam menciptakan suasana yang unik dan nyaman, serta mempertimbangkan penggunaan material yang ramah lingkungan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan bersaing dengan kafe-kafe lain di Banda Aceh.

Berdasarkan uraian yang diungkapkan dan permasalahan yang terjadi maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Varian Menu dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dapat di identifikasikan masalah penelitian adalah,

1. Seberapa besar pengaruh Varian menu terhadap Kepuasan konsumen Pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh?
2. Seberapa besar pengaruh Suasana cafe terhadap Kepuasan konsumen Pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh
3. Seberapa besar pengaruh Varian menu dan Suasana cafe terhadap Kepuasan konsumen Pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Varian menu terhadap Kepuasan konsumen Pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Suasana cafe terhadap Kepuasan konsumen Pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Varian menu dan Suasana cafe terhadap Kepuasan konsumen Pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah

1. Manfaat teoritis

Dapat digunakan untuk memahami kepuasan konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, dalam hal ini varian menu dan suasana café.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pemilik usaha, para manajer suatu perusahaan atau organisasi terkait kepuasan konsumen, varian menu dan suasana café.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi dengan pengaruh varian menu dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen Pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dapat dipahami sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja dan harapan yang dimiliki konsumen. Apabila kinerja suatu produk atau layanan lebih rendah dari harapan konsumen, maka konsumen merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan merasa sangat puas atau senang, Palilati, (2024). Sementara itu, kepuasan konsumen juga dapat didefinisikan sebagai kondisi di mana produk atau layanan yang digunakan berhasil memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, Irawan, (2021).

Menurut Oliver (2023), kepuasan konsumen merupakan respons emosional atau afektif yang muncul ketika konsumen membandingkan harapan mereka dengan pengalaman nyata yang mereka peroleh setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan akan tercapai apabila pengalaman yang dirasakan konsumen sesuai dengan harapan atau bahkan melampaui harapan tersebut.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, Kotler, (2018). Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2018) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang

diharapkan. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan konsumen, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira, Kotler dan Armstrong, (2018:9).

2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Irawan (2021) terdapat sejumlah faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen, yang berkaitan erat dengan persepsi mereka terhadap produk atau layanan. Faktor-faktor tersebut meliputi:

1. **Kualitas Produk**
Kemampuan produk untuk memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen menjadi penentu penting. Elemen seperti keandalan, daya tahan, dan fitur produk memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan.
2. **Kualitas Layanan**
Layanan yang berkualitas mencakup kecepatan, keramahan, ketepatan, serta kompetensi penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara profesional.
3. **Harga**
Keselarasan antara harga dengan nilai atau manfaat yang diterima konsumen menjadi aspek penting. Ketika konsumen merasa bahwa harga sebanding dengan kualitas produk atau layanan, maka tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat.
4. **Faktor Emosional**
Kepuasan juga dipengaruhi oleh pengalaman emosional, seperti merasa dihargai atau menikmati interaksi yang menyenangkan dengan penyedia layanan.
5. **Kemudahan**
Kemudahan dalam mengakses produk atau layanan, termasuk lokasi yang strategis, proses pemesanan yang sederhana, dan layanan yang mudah dijangkau, menjadi faktor penting bagi konsumen.
6. **Citra Perusahaan**
Reputasi dan citra perusahaan memengaruhi harapan konsumen. Perusahaan dengan citra yang baik cenderung lebih mudah mendapatkan kepuasan dari konsumen mereka.

2.1.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Palilati (2024), terdapat empat objek utama yang membentuk kepuasan konsumen, yaitu:

1. Mengetahui Informasi Produk
Keputusan pembelian konsumen seringkali dipengaruhi oleh informasi produk yang diperoleh. Kepuasan konsumen dapat tercapai setelah mereka melakukan pembelian suatu produk, berdasarkan informasi yang baik dan jelas mengenai produk tersebut.
2. Kesesuaian Harapan Konsumen
Ini mengacu pada sejauh mana kinerja produk yang diterima konsumen sesuai dengan atau melebihi harapan mereka, yang mencakup:
 - a. Produk yang diperoleh sesuai dengan atau lebih baik dari yang diharapkan.
 - b. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan sesuai dengan atau lebih baik dari yang diharapkan.
 - c. Fasilitas penunjang yang tersedia sesuai dengan atau lebih baik dari yang diharapkan.
3. Minat Berkunjung Kembali
Ini merujuk pada keinginan konsumen untuk mengunjungi atau membeli produk kembali, yang mencakup:
 - a. Keinginan untuk kembali karena pelayanan yang memuaskan dari karyawan.
 - b. Keinginan untuk kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk.
 - c. Keinginan untuk kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan cukup memadai.
4. Kesiediaan untuk Merekomendasikan
Ini menunjukkan keinginan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga, yang mencakup:
 - a. Mengajukan teman atau kerabat untuk membeli produk karena pelayanan yang memuaskan.
 - b. Mengajukan teman atau kerabat untuk membeli produk karena fasilitas penunjang yang memadai.
 - c. Mengajukan teman atau kerabat untuk membeli produk karena nilai atau manfaat yang didapat setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Irawan (2021), terdapat sejumlah indikator yang dapat digunakan untuk menilai tingkat kepuasan konsumen. Indikator-indikator ini berfungsi untuk

mengukur sejauh mana produk atau layanan mampu memenuhi harapan konsumen. Berikut adalah penjelasan masing-masing indikator:

1. Kesesuaian Harapan
Kepuasan konsumen diukur berdasarkan kemampuan produk atau layanan untuk memenuhi atau melampaui harapan mereka. Konsumen merasa puas jika hasil yang diperoleh sesuai atau bahkan lebih baik dari yang diharapkan.
2. Kinerja Produk atau Layanan
Indikator ini melibatkan aspek kualitas, keandalan, daya tahan, serta manfaat yang dirasakan konsumen dari penggunaan produk atau layanan.
3. Kualitas Interaksi dengan Penyedia Layanan
Mengukur bagaimana penyedia layanan berhubungan dengan konsumen, termasuk keramahan, responsivitas, dan kemampuan memahami kebutuhan mereka.
4. Pengalaman Konsumen
Tingkat kepuasan juga dipengaruhi oleh pengalaman keseluruhan konsumen saat menggunakan produk atau layanan, seperti kemudahan akses dan kenyamanan.
5. Rekomendasi Konsumen
Kepuasan dapat dilihat dari sejauh mana konsumen bersedia merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Konsumen yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif.
6. Keluhan atau Kritik
Tingkat kepuasan dapat diukur dari jumlah keluhan atau kritik yang diajukan oleh konsumen. Semakin rendah jumlah keluhan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

Penelitian ini mengambil indikator dari Palilati (2024:79) karena menurut penulis relevan dengan tujuan penelitian karena mampu menggambarkan aspek penting dari variabel yang diteliti.

2.1.2 Varian Menu

2.1.2.1 Pengertian Varian Menu

Istilah "menu" berasal dari bahasa Perancis "Le Menu," yang berarti daftar makanan atau minuman yang disajikan kepada tamu. Dalam konteks rumah tangga, menu merujuk pada susunan hidangan yang telah ditentukan sebelumnya. Menu berperan sebagai panduan bagi penyaji makanan sekaligus acuan bagi

mereka yang menikmatinya. Penggunaan istilah ini pertama kali tercatat pada tahun 1541, ketika Duke of Brunswick mencatat daftar hidangan untuk sebuah acara. Penjelasan mengenai hal ini kemudian diberikan oleh Pallapart, seorang tokoh gastronomi terkenal pada masa tersebut.

Menurut Ariyan (2018), varian menu merujuk pada kumpulan beragam jenis hidangan yang disajikan pada waktu tertentu. Menu tersebut dapat berupa hidangan lengkap maupun tidak lengkap, disesuaikan dengan waktu penyajian seperti sarapan, makan siang, atau makan malam. Selain itu, menu juga dapat mencakup hidangan untuk satu hari penuh, dengan atau tanpa tambahan hidangan selingan.

Menurut Santoso (2019), variasi menu merujuk pada berbagai macam bentuk atau jenis hidangan yang berbeda, yang bergantung pada interpretasi masing-masing individu. Syifa (2019) berpendapat bahwa menu adalah daftar makanan yang ditawarkan oleh pemilik usaha sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen, yang dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha. Menu yang disusun dengan baik dapat membantu konsumen membuat pilihan makanan dan mengarahkan perhatian mereka pada produk yang ingin dijual lebih banyak.

Variasi menu adalah beragam pilihan makanan yang disediakan oleh pemilik usaha kuliner untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Variasi ini dapat dilihat berdasarkan resep masakan, cara pengolahan, bahan makanan, hingga jenis makanan dalam suatu hidangan (Syifa, 2019).

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Varian Menu

Faktor-faktor yang memengaruhi variasi menu di sebuah kafe, berdasarkan pandangan Hargo Utomo yang di kutip oleh Oni Sinambela (2022), adalah sebagai berikut:

1. Cita Rasa dan Kualitas Makanan
Cita rasa yang khas serta kualitas bahan baku merupakan aspek penting dalam menentukan variasi menu. Hidangan dengan cita rasa yang unik cenderung menarik minat konsumen sekaligus meningkatkan kepuasan mereka.
2. Kebutuhan dan Preferensi Konsumen
Variasi menu dipengaruhi oleh beragam preferensi konsumen, seperti pilihan makanan sehat, vegetarian, atau makanan cepat saji. Restoran atau kafe perlu menyesuaikan menu agar sesuai dengan kebutuhan konsumen yang beragam.
3. Harga
Harga yang seimbang dengan kualitas dan cita rasa menu berperan penting dalam keberhasilan suatu varian menu. Penetapan harga yang tepat akan memengaruhi daya tarik konsumen terhadap hidangan yang ditawarkan.
4. Konsep dan Desain Kafe
Tema atau konsep kafe, seperti gaya etnik, modern, atau klasik, memengaruhi jenis menu yang ditawarkan. Menu yang sesuai dengan konsep kafe dapat memperkuat identitas tempat tersebut.
5. Inovasi Menu
Penyegaran menu secara berkala dengan pengenalan hidangan baru yang inovatif dan menarik dapat membantu menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen setia.

2.1.2.3 Indikator Varian Menu

Menurut Ariyan (2018:347), terdapat empat indikator variasi menu, yaitu:

1. Varian
Merupakan ragam pilihan menu yang disediakan oleh pemilik usaha kuliner untuk memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya secara bersamaan.
2. Inovasi Menu
Inovasi menu berarti penerapan ide baru untuk menciptakan menu yang berbeda, yang menawarkan nilai tambah bagi konsumen.
3. Selera
Selera merujuk pada minat atau keinginan konsumen untuk membeli suatu produk guna memenuhi kebutuhannya.

4. Porsi

Porsi adalah jumlah atau ukuran makanan yang cukup untuk setiap konsumen, memastikan bahwa setiap porsi memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut Yeni Kusumawaty (2018), terdapat tiga indikator utama dalam variasi menu, yaitu:

1. Rasa

Rasa merupakan tanggapan indera terhadap rangsangan saraf, seperti rasa manis, asam, atau pahit, yang menjadi aspek penting dalam menentukan penerimaan konsumen terhadap hidangan.

2. Aroma

Aroma dari makanan berfungsi sebagai reaksi sensorik yang dapat memengaruhi selera dan keputusan konsumen untuk memilih suatu hidangan.

3. Bentuk

Bentuk mencakup variasi cara pemotongan atau penyajian bahan makanan yang memberikan keunikan pada tampilan hidangan, sehingga meningkatkan daya tarik visual bagi konsumen.

Penelitian ini mengambil indikator dari Ariyan (2018:347) karena indikator yang digunakan sesuai dengan konteks dan karakteristik subjek penelitian.

2.1.3 Suasana Cafe

2.1.3.1 Pengertian Suasana Cafe

Suasana kafe atau yang sering disebut *café ambiance* adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengalaman konsumen ketika berada di sebuah kafe. Beberapa ahli memberikan definisi yang berbeda tentang suasana kafe, yang mencakup berbagai elemen fisik, emosional, dan sosial yang diciptakan untuk menghasilkan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen. Berikut ini adalah beberapa pengertian suasana kafe menurut para ahli:

Menurut Arif dan Ekasari (2021), atmosfer cafe merujuk pada perancangan lingkungan melalui elemen-elemen seperti komunikasi visual,

pencahayaannya, warna, musik, dan aroma, dengan tujuan untuk membangkitkan respons emosional serta persepsi pelanggan, sekaligus mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk.

Suasana atau atmosphere adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian, untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat itu (Rooroh et al., 2020). Selain itu, suasana atau atmosphere merujuk pada perancangan lingkungan yang melibatkan elemen-elemen seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma, dengan tujuan untuk membentuk respons emosional serta persepsi pelanggan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat tersebut.

Menurut Aboiron dan Aubin (2021), suasana kafe terdiri dari enam variabel, lima di antaranya terkait dengan indera manusia, yaitu sentuhan, pendengaran, rasa, penciuman, dan penglihatan. Sementara itu, Tunjungsari (2016) menjelaskan bahwa suasana di kafe dirancang untuk memberikan kesan dan nilai positif kepada konsumen.

Schmitt (2021) berpendapat bahwa suasana kafe tidak hanya dipengaruhi oleh elemen fisik, tetapi juga oleh elemen emosional yang tercipta melalui pengalaman sensorik, seperti musik, bau, dan visual. Ia menjelaskan bahwa suasana kafe merupakan gabungan dari pengalaman indrawi yang dapat membangun ikatan emosional dengan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa suasana kafe merupakan aspek yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pelaku bisnis, meliputi desain ruang dan atmosfer yang diciptakan. Suasana yang nyaman di kafe dapat memberikan kesan positif, sehingga konsumen merasa tertarik untuk mengunjungi kembali dan melakukan pembelian. *Store atmosphere* mencakup elemen-elemen seperti warna, cahaya, aroma, musik, tata letak, dan berbagai faktor lainnya.

2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Suasana Café

Menurut Levy dan Weitz dalam Supriono (2018) faktor yang berpengaruh terhadap penciptaan suasana café yaitu :

1. **Pencahayaan**
Dengan adanya pencahayaan yang baik di café akan melibatkan penerangan ruangan bertambah, cahaya akan meningkatkan suasana konsumen sehingga dapat menghabiskan waktu luangnya lebih lama.
2. **Warna**
Warna dapat menyampaikan informasi dengan menggunakan indra penglihatan yang dapat menyesuaikan dengan suasana hati konsumen. Seperti warna merah, emas, kuning yang dianggap sebagai warna kegembiraan dan keakraban. Warna biru, hijau dapat menciptakan suasana yang sejuk serta bersih.
3. **Musik**
Musik dapat melengkapi suasana café yang baik. Bunyi suara dapat membuat kesan suasana positif maupun negatif bagi konsumen. Musik dapat membuat konsumen betah berlama-lama dan dapat membuat konsumen untuk lebih cepat meninggalkan ruangan.
4. **Aroma**
Aroma dapat membuat kesan yang positif dan negatif bagi konsumen. Jika aroma yang dihadirkan wangi dapat menciptakan selera makan timbul, jika aromanya bau akan membuat kesan negatif bagi konsumen yang datang.

2.1.3.3 Indikator Suasana Cafe

Menurut Berman dan Evans dalam Divia Zhakiyatul Farikha (2024) ada empat indikator dalam atmosfer cafe yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Indikator-indikator tersebut meliputi:

1. *Exterior* (Bagian Luar Kafe)

Exterior atau bagian luar kafe adalah keseluruhan tampilan fisik kafe yang memberikan kesan menarik serta mencerminkan karakteristik kafe tersebut. Kualitas exterior yang tertata dengan baik dapat mempengaruhi citra kafe secara signifikan. Kombinasi elemen luar kafe yang khas, unik, dan menarik berpotensi untuk menarik minat konsumen.

2. *General Interior* (Bagian Dalam Kafe)

Interior kafe merupakan elemen utama yang berkontribusi pada peningkatan perdagangan setelah konsumen memasuki kafe. Desain interior sebaiknya menitikberatkan pada visual merchandising (cinderamata) yang mampu menarik perhatian konsumen. Penataan interior yang baik memungkinkan konsumen untuk melihat, memahami, dan menilai barang dengan mudah sebelum bertransaksi, sehingga berpengaruh pada persepsi mereka terhadap kafe.

3. *Layout* (Tata Letak)

Manajemen kafe harus menyusun strategi dalam menentukan tata letak dan penggunaan area kafe secara optimal. Penataan ruang yang tepat, seperti pengaturan meja dan kursi, memaksimalkan pengalaman konsumen dan efisiensi ruang yang tersedia.

4. *Interior Point of Interest Display* (Dekorasi Pemikat Kafe)

Bagian ini berperan dalam menciptakan suasana unik yang dapat menarik perhatian konsumen serta berfungsi sebagai alat promosi. Dekorasi dalam kafe yang menarik tidak hanya memberikan informasi kepada konsumen tetapi juga meningkatkan atmosfer kafe, yang pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan penjualan dan profitabilitas.

Indikator suasana kafe menurut Hussain dan Ali (2015) dalam Dimas Aryo

Baskoro (2021) meliputi berbagai elemen yang memengaruhi pengalaman

konsumen, antara lain:

1. Kebersihan:

Lingkungan kafe yang bersih memberikan kesan positif, menciptakan kenyamanan bagi konsumen untuk menghabiskan waktu lebih lama di sana.

2. Aroma:

Aroma yang menyegarkan dapat mempengaruhi suasana hati konsumen, membuat mereka merasa lebih nyaman dan cenderung ingin tinggal lebih lama.

3. Suhu:

Suhu yang nyaman sangat penting; suhu yang terlalu ekstrem dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan mengurangi waktu yang dihabiskan konsumen di kafe.

4. **Pencahayaan:**
Pencahayaan yang efektif dapat menonjolkan produk serta menciptakan suasana yang menggembirakan, yang berpotensi meningkatkan ketertarikan konsumen.
5. **Warna:**
Warna ruangan mempengaruhi emosi dan sikap konsumen. Misalnya, warna hijau dapat menciptakan perasaan tenang dan nyaman, sedangkan warna lain mungkin membawa kesan yang lebih tegang.
6. **Tata Letak:**
Tata letak yang rapi dan menarik memudahkan konsumen untuk berinteraksi dengan produk, serta meningkatkan kenyamanan mereka saat berada di dalam kafe.

Penelitian ini mengambil indikator dari Farikha (2024) karena indikator yang dipilih mudah diakses dari sumber data yang ada, baik melalui survei, data sekunder, atau observasi langsung.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian Isna Aminatus Sholihah (2020) dengan judul Pengaruh suasana kafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Merdeka Nganjuk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau simultan suasana kafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kafe Merdeka Nganjuk. Kesimpulan dari penelitian ini adalah suasana kafe dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kafe Merdeka Nganjuk.

Penelitian yang dilakukan oleh Meika Marito Sihombing (2021) mengkaji pengaruh varian menu, harga, dan suasana kafe terhadap kepuasan konsumen di Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa varian menu (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,020 dan kontribusi pengaruh sebesar 20,6%. Sementara itu, harga (X2) memberikan pengaruh negatif namun signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai signifikansi 0,001 dan kontribusi pengaruh sebesar 30,4%. Suasana kafe (X3) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai signifikansi 0,013 dan kontribusi pengaruh sebesar 22,9%.

Febila Kusuma Wardhani (2021) meneliti pengaruh atmosfer toko dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di Coffee Shop Rustic Market Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atmosfer toko (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, begitu pula dengan keragaman produk (X_2) yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, kedua variabel tersebut berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan total kontribusi sebesar 58%, sementara sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh faktor lain.

Garil Adiyat Maulana (2024) meneliti pengaruh varian menu, harga, dan suasana kafe terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffee. Penelitian ini bersifat asosiatif, dengan tujuan untuk menganalisis hubungan antara ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 13,556 lebih besar dari F tabel sebesar 3,09, serta nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05, sehingga hipotesis H3 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa varian menu, harga, dan suasana kafe secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffee.

Sri Lestary (2024) meneliti pengaruh ketersediaan variasi menu dan suasana kafe terhadap kepuasan konsumen di Babah Coffee & Kitchen. Berdasarkan hasil uji t, kedua variabel independen secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga diperkuat oleh hasil uji ANOVA (uji F), di mana nilai F-hitung sebesar 25,307 lebih besar daripada F-tabel sebesar 3,09. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketersediaan variasi menu dan suasana kafe secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Babah Coffee & Kitchen.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Judul, Nama Peneliti, (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Suasana Cafe Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Merdeka Cafe Nganjuk Isna Aminatus Sholihah (2020)	kuantitatif	Simpulan penelitian ini adalah suasana cafe dan kualitas layanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk	• Suasana Cafe (X2) • Kepuasan Konsumen (Y)	• Objek Penelitian • Waktu penelitian • Lokasi Penelitian • pelaksanaan penelitian
2	Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin Meika Marito Sihombing (2021)	kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan Varian Menu (X1) dengan nilai sig 0,020 dengan besar pengaruh 0,20 atau 20,6% mempunyai pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga (X2) dengan nilai sig sebesar 0,001 dengan besar pengaruh sebesar 0,304 atau 30,4% berpengaruh	• Varian Menu (X1) • Suasana Cafe (X2) • Kepuasan Konsumen (Y)	• Tempat Penelitian • Waktu penelitian • Objek Penelitian • Lokasi Penelitian

No	Judul, Nama Peneliti, (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.		
3	Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Pada Konsumen Coffee Shop Rustic Market Surabaya Febila Kusuma Wardhani (2021)	kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan store atmosphere (X_1) dan keragaman produk (X_2) secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) di Coffee shop Rustic Market Surabaya	• Suasana Cafe (X_2) • Kepuasan Konsumen (Y)	• Tempat Penelitian • Waktu penelitian • Jumlah sampel • Objek Penelitian
4	Pengaruh Varian Menu, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Retro Coffe Garil Adiyat Maulana (2024)	kuantitatif	Hasil analisis diketahui bahwa $F_{hitung} 13,556 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa varian menu, harga dan suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe.	• Varian Menu (X_1) • Suasana Cafe (X_2) • Kepuasan Konsumen (Y)	• Tempat Penelitian • Waktu Penelitian • Jumlah sampel • Objek Penelitian
5	Pengaruh Ketersediaan Variasi Menu dan Atmosphere Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Babah Coffee & Kitchen Sri Lestary (2024)	kuantitatif	Hasil uji t disimpulkan bahwa kedua variabel bebas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Babah Coffee & Kitchen. Hal ini didukung juga oleh uji ANOVA atau uji f, dimana diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $25,307 > (3,09)$, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara	• Varian Menu (X_1) • Suasana Cafe (X_2) • Kepuasan Konsumen (Y)	• Tempat Penelitian • Waktu Penelitian • Jumlah sampel • Objek Penelitian

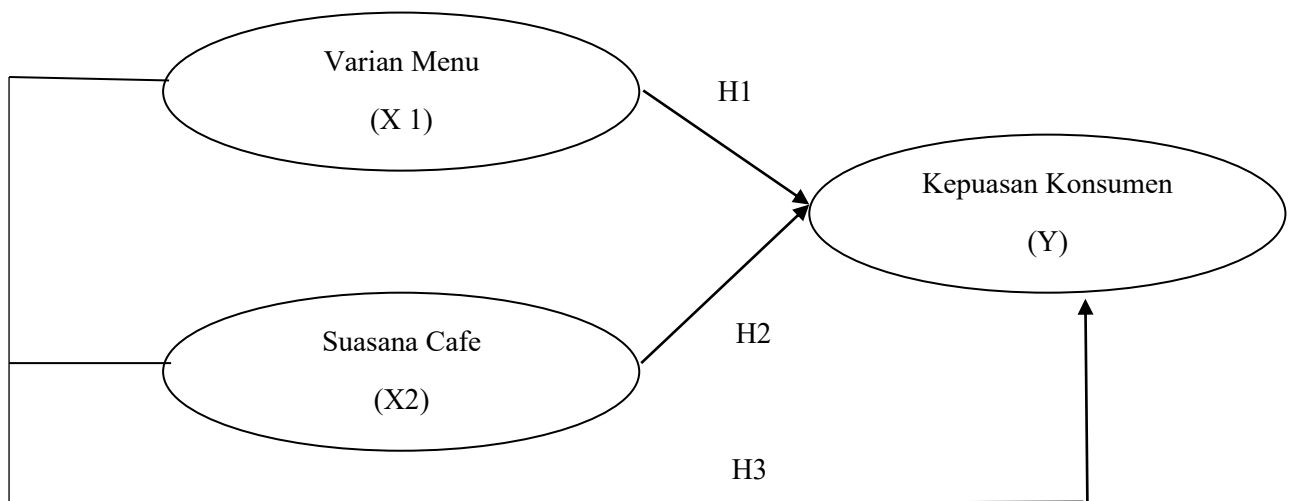
No	Judul, Nama Peneliti, (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			ketersediaan variasi menu dan atmopshere café secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen		

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting, kerangka pemikiran yang terbaik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan bebas (Independen) dengan variabel terikat (Dependen).

Berikut diagram kerangka pemikiran.

Kerangka Pemikiran
Gambar 2.1



Sumber : *Peneliti sebelumnya Sri Lestary (2024) dan dikembangkan oleh Penulis (2024)*

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan penelitian yang akan peneliti lakukan, maka peneliti merumuskan beberapa hipotesis sebagai berikut :

Maka dari uraian masalah yang ada, dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : Varian menu berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Dar

Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

H₂ : Suasana Cafe berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe

Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

H₃ : Varian menu dan Suasana Cafe berpengaruh secara simultan terhadap

Kepuasan Konsumen pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu usulan untuk memecahkan masalah dan merupakan rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga akan diperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2016:12).

3.1.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini untuk membuktikan bagaimana pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh variabel independen meliputi Fasilitas Varian menu dan Suasana cafe terhadap variabel dependen Kepuasan konsumen Pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.

3.1.2 Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis datanya, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka yang dianalisis menggunakan analisis statistik. Penelitian ini bertujuan untuk Tujuan untuk mengkonfirmasi konsep dan teori dengan fakta dan data yang ditemukan di lapangan.

3.1.3 Horizon Waktu

Penelitian ini dilakukan secara bertahap, mulai dari survei awal pada objek penelitian hingga penyebaran kuesioner. Waktu penelitian ini dimulai sejak Agustus 2024 sampai dengan selesai.

Tabel 3.1
Proses Kegiatan Penelitian

No	NamaKegiatan	2024			2025		
		Agus	Nov	Des	Mei	Jun	Jul
1	Pengamatan dan Observasi						
2	Tahap Penyusunan Proposal						
3	Tahap Perijinan						
4	Tahap Pengumpulan Data						
5	Tahap Analisis Data						
6	Seminar Proposal						
7	Revisi hasil seminar						
8	Tahap Olah Data						
9	Analisa Data						
10	Ujian Komprehensif						

3.1.3 Unit Analisis

Data yang dikumpulkan secara individual digunakan untuk menghitung unit analisis pada tingkat regresi yang lebih besar. Karakteristik tingkat analisis yaitu bahwa tingkat yang lebih rendah termaksud dalam tingkat yang lebih tinggi. Sifat informasi yang dikumpulkan serta tingkat dimana data dijumlahkan untuk analisis, adalah integral dengan keputusan yang dibuat dalam memilih unit analisis. Berdasarkan unit observasi yang dijadikan unit analisis dari penelitian ini adalah pengunjung pada Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.

Untuk mengubah data-data kualitatif yang diperoleh dari kuesioner dalam bentuk data kuantitatif maka digunakan skala ukuran yaitu skala Likert. Kategori pertanyaan yang dirancang dalam kuesioner diberi nilai skor 1-5 dengan kategori menurut Arikunto (2016) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Kriteri	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju(TS)	2
Kurang Setuju(KS)	3
Setuju(S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Arikunto, 2019

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:117) mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen pada Cafe Dar Dan Risol yang berkunjung selama lima bulan terakhir seperti tercantum pada tabel 1.1 pada bab 1, yaitu sebanyak 16,260 orang.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi memiliki jumlah yang besar sehingga peneliti menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili populasi. Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2017:116) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya.

Kesimpulannya sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.

Jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka semakin kecil jumlah sampel yang digunakan dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan, maka semakin besar jumlah sampel yang digunakan. Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Slovin, yang ditunjukkan sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin : } N = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

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 % dari konsumen 5 bulan terakhir Periode Mei-September 2024 yang berjumlah 16,260 orang.yang dihitung menggunakan rumus slovin pada aplikasi excel.

$$N = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{16,260}{1+16,260.10\%^2}$$

$$n = \frac{16,260}{1+16,260.0,1^2}$$

$$n = \frac{16,260}{1+1.626}$$

$$n = \frac{16,260}{1.627}$$

$n = 99,38$ responden dan dibulatkan menjadi 99 konsumen

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 99,38 atau digenapkan menjadi 99 konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampasah Kota Banda Aceh yang akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli berupa jawaban dari kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017: 142).

Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan,

dan hasil pengujian. Skala Likert digunakan untuk sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Kuesioner skala model likert 5 poin yang akan menghasilkan data interval, digunakan dalam penelitian ini merujuk pada lima alternatif jawaban sebagai berikut:

b. Data Sekunder

Penulis juga mengumpulkan data sekunder untuk membantu menunjang kualitas penelitian. Data sekunder yang penulis kumpulkan dari sejumlah buku- buku, jurnal-jurnal, dan sumber bacaan lain yang ada kaitannya dengan pembahasan skripsi ini.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan faktor yang penting demi keberhasilan dari penelitian yang dilakukan. Data dan informasi dalam penelitian ini diperoleh dari pengumpulan data pada Konsumen Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

a. Kuesioner

Pengumpulan data menggunakan metode ini adalah memberikan pernyataan-pernyataan tertulis yang berhubungan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

b. Wawancara

Pengumpulan data menggunakan metode ini dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada responden tentang pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian dan untuk memastikan bahwa jawaban yang diberikan responden adalah benar dan tidak dibuat-buat.

c. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan metode ini adalah dengan menggunakan referensi yang berhubungan dengan penelitian. Referensi tersebut dapat berupa buku, internet, jurnal, dan lain-lain.

3.4 Definisi dan Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2017: 143) adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data.

Operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Butir	Skala	Item pertanyaan
1	Kepuasan Konsumen (Y)	kepuasan konsumen merupakan respons emosional atau afektif yang muncul ketika konsumen membandingkan harapan mereka dengan pengalaman nyata yang mereka peroleh setelah menggunakan suatu produk atau jasa. (Oliver, 2023)	1. Mengetahui Informasi Produk 2. Kesesuaian Harapan Konsumen 3. Minat Berkunjung Kembali 4. Kesiediaan untuk merekomendasi	1-5	Likert	A1-A4
2	Varian menu (X ₁)	Varian menu adalah susunan berbagai macam hidangan yang disajikan pada waktu tertentu. Menu bisa terdiri dari satu hidangan lengkap atau tidak lengkap, dan bisa berupa hidangan untuk sarapan, makan siang, atau makan malam. (Ariyan, 2018)	1. Varian 2. Inovasi Menu 3. Selera 4. Porsi	1-5	Likert	B1-B4
3	Suasana cafe (X ₂)	Suasana atau atmosphere merujuk pada perancangan lingkungan yang melibatkan elemen-elemen seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma, dengan tujuan untuk membentuk respons emosional serta persepsi pelanggan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat tersebut (Rooroh et al., 2020).	1. Exterior (Bagian Luar Kafe) 2. General Interior (Bagian Dalam Kafe) 3. Layout (Tata Letak) 4. Interior Point of Interest Display (Dekorasi Pemikat Kafe)	1-5	Likert	C1-C4

3.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda yaitu suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel *dependen* dengan beberapa

variabel independen. Tujuan analisis regresi linear berganda adalah menggunakan nilai-nilai variabel yang diketahui, untuk meramalkan nilai variabel dependen Sugiyono (2017:69). Untuk mengetahui adanya hubungan antar variabel, maka penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*).

Model regresi :

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

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen
 a : Konstanta
 X1 : Varian menu
 X2 : Suasana cafe
 e : Error term

3.6 Pengujian Data

Uji validitas dan reliabilitas adalah uji terhadap instrumen penelitian yang akan menyajikan data kualitatif. Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data primer yang bersifat kualitatif sehingga harus dapat memberikan kebenaran dan kepercayaan melalui suatu set uji kehandalan dan validitas.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat ke validitas suatu instrument. Suatu instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variable yang diteliti secara nyata. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik yaitu dengan menggunakan uji *Pearson Product-Moment Coefficient of Corelation* dengan bantuan

program SPSS, dengan tingkat signifikansi di bawah 5%. Sedangkan jika dilakukan secara manual maka nilai korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan nilai kritis korelasi *Product Moment* dimana hasilnya menunjukkan bahwa item pertanyaan mempunyai korelasi diatas 5% atau dalam bahasa statistik terdapat konsisten internal yang berarti item-item pertanyaan tersebut dapat mengukur aspek yang sama. Ini berarti bahwa setiap data yang ditunjukkan adalah valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2021:110) *Reliabilitas instrument* adalah tingkat konsistensi hasil yang dicapai oleh kuesioner, meskipun digunakan secara berulang-ulang. Pendekatan yang digunakan adalah dengan cara menghitung *Cronbach Alpha* masing-masing variabel yang terlibat. *Cronbach Alpha* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Uji ini dimaksudkan untuk menunjukkan banyaknya variansi atau perbedaan yang diharapkan pada seperangkat pengukuran yang dilakukan secara berulang-ulang terhadap suatu objek. Ukuran reliabilitas dianggap handal berdasarkan *Cronbach Alpha* adalah sebesar 0,60.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data menurut Ghazali (2021:110) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu

dengan analisis gambar berupa plot dan uji statistic dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* .

Kenormalan data-data dapat dilihat dari tampilan gambar normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Menurut Ghozali (2021:110) Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2021:91) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Bila ternyata dalam model regresi terdapat multikolinearitas, maka harus menghilangkan variabel independent yang mempunyai korelasi tinggi. Ghozali (2021:91) juga menambahkan jika korelasi antar variabel independent tinggi yaitu di atas 0,90 maka terdapat multikolinearitas. Jika nilai tolerance lebih kecil dari 10% dan nilai VIF lebih besar dari 10 berarti ada multikolinearitas.

3.7.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Wiyono (2018:160) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot antara SRESID dan ZPRED dengan dasar analisis (1) jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit),

maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas; (2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara serentak dengan menggunakan uji F (F-test) dan secara parsial dengan menggunakan uji t (t-test) pada tingkat keyakinan (convident interval) 95% dengan kriteria Kepuasan Konsumen, Pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah :

Ho1 : Varian menu tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

Ha1 : Varian menu berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

Ho2 : Suasana cafe tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

Ha2 : Suasana cafe berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

Ho3 : Varian menu dan Suasana cafe tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

Ha3 : Varian menu dan Suasana cafe berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Dar Dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

3.8.1 Uji t (Individu/Parsial)

Digunakan untuk menguji tingkat signifikan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat (Y) yaitu pengaruh X1 terhadap Y, pengaruh X2 terhadap Y, Dengan kriteria pengujian:

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau P Value (nilai signifikan) $> 0,05$, maka H_0 diterima (H_a ditolak). Artinya bahwa, variabel *independen* secara individu (parsial) tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen*
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau P Value (nilai signifikan) $< 0,05$, maka H_a diterima (H_0 di tolak). Artinya bahwa, variabel *independen* secara individu (parsial) berpengaruh terhadap variabel *dependen*

3.8.2 Uji f (Uji Simultan)

Digunakan untuk menguji tingkat signifikan seluruh variabel bebas (X1 dan X2,) terhadap variabel terikat (Y). Kriteria Kepuasan Konsumen pada tingkat signifikansi 5% adalah :

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau P Value (nilai signifikan) $> 0,05$, maka H_0 diterima (H_a ditolak). Artinya bahwa, variabel *independen* secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen*
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau P Value (nilai signifikan) $< 0,05$, maka H_a diterima (H_0 ditolak). Artinya bahwa, variabel *independen* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel *dependen*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum dan Sejarah Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh

Cafe Dar dan Risol merupakan salah satu usaha kuliner yang berkembang pesat di Kota Banda Aceh, khususnya di kawasan Lampaseh. Kafe ini mengusung konsep modern-minimalis dengan nuansa santai dan kekinian yang menyasar berbagai kalangan, terutama anak muda dan pekerja kantoran yang ingin menikmati suasana nongkrong sambil mencicipi aneka makanan ringan dan minuman segar.

Menu andalan dari Cafe Dar dan Risol adalah aneka varian risol dengan isi yang beragam seperti daging asap, keju, ayam, dan sayuran, serta berbagai minuman kopi dan non-kopi yang dibuat secara kekinian. Selain itu, tempat ini juga menyediakan fasilitas WiFi gratis, colokan listrik, dan suasana ruangan ber-AC yang nyaman, sehingga sangat cocok untuk tempat bekerja (work from cafe), rapat kecil, atau sekadar bersantai.

Sejarah Singkat

Cafe Dar dan Risol didirikan pada tahun 2022 oleh sekelompok anak muda kreatif asal Banda Aceh yang melihat peluang besar di industri kuliner, khususnya makanan ringan berbasis risoles. Nama “DAR DAN RISOL” sendiri diambil dari akronim yang mengandung makna personal dan mudah diingat, mencerminkan semangat lokalitas dan kreativitas dalam penyajian produk.

Pada awal berdirinya, usaha ini hanya beroperasi secara online melalui pemesanan di media sosial dan layanan pesan-antar. Namun, seiring meningkatnya permintaan dan respon positif dari konsumen, pemilik memutuskan untuk membuka gerai fisik pertama di kawasan Lampaseh, yang kemudian menjadi pusat kegiatan operasional dan tempat berkumpulnya pelanggan setia.

Sejak pembukaan kafe fisik tersebut, Cafe Dar dan Risol terus berkembang dengan melakukan inovasi produk, memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital, dan membangun relasi yang kuat dengan pelanggan. Dengan strategi pemasaran berbasis media sosial dan pelayanan yang ramah, kafe ini berhasil menjadi salah satu tempat kuliner yang cukup dikenal dan digemari di Banda Aceh.

4.2 Karakteristik Responden

Data karakteristik responden diperoleh dari pengisian kuesioner yang berhubungan dengan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan perbulan.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	- Laki-laki	36	36,4
	- Perempuan	63	63,6
	Jumlah	99 orang	100%
2	Usia		
	- 21- 30 Tahun	47	47,5
	- 31- 40 tahun	38	38,4
	- ≥41 tahun	14	14,1
	Jumlah	99 orang	100%
3	Pekerjaan		
	- PNS	24	24,2
	- Pegawai Swasta	17	17,2
	- Wiraswasta	16	16,2

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
	- Pelajar/Mahasiswa	42	42,4
	Jumlah	99 orang	100%
4	Penghasilan		
	- Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	31	31,3
	- Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	21	21,2
	- Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	25	25,3
	- > Rp. 4.000.000	22	22,2
	Jumlah	99 orang	100%

Sumber :Data Primer, 2025 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 63 orang (63,6%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 36 orang (36,4%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh yang terlibat dalam survei ini adalah perempuan.

Berdasarkan rentang usia, mayoritas responden berada dalam kelompok usia 21–30 tahun sebanyak 47 orang (47,5%), diikuti oleh kelompok usia 31–40 tahun sebanyak 38 orang (38,4%), dan sisanya sebanyak 14 orang (14,1%) berusia ≥ 41 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa café ini lebih banyak menarik perhatian konsumen usia muda dan produktif.

Dalam hal pekerjaan, mayoritas responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 42 orang (42,4%), diikuti oleh PNS sebanyak 24 orang (24,2%), pegawai swasta 17 orang (17,2%), dan wiraswasta 16 orang (16,2%). Data ini menunjukkan bahwa Café Dar dan Risol cenderung lebih populer di kalangan pelajar dan mahasiswa.

Dari segi penghasilan, kelompok dengan pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 mendominasi responden, yaitu sebanyak 31 orang (31,3%), disusul oleh

kelompok dengan penghasilan Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000 sebanyak 25 orang (25,3%), kemudian > Rp 4.000.001 sebanyak 22 orang (22,2%), dan terakhir kelompok penghasilan Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000 sebanyak 21 orang (21,2%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen café berada pada kelompok pendapatan menengah ke bawah.

4.3 Hasil Pengujian Data

4.3.1 Pengujian Validitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *Pearson product-moment coefficient of correlation* dengan bantuan SPSS 26.0. Berdasarkan output SPSS seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki tingkat signifikan di bawah 5%. Sedangkan jika dilakukan secara manual maka nilai korelasi yang diperoleh pada pernyataan harus dibandingkan dengan nilai kritis korelasi *product moment* dimana hasilnya menunjukkan bahwa semua pernyataan mempunyai nilai korelasi diatas nilai kritis 5% yaitu diatas 0,197 (Lihat Tabel Nilai Kritis Korelasi *r Product-Moment*) untuk $n = 99$, sehingga pernyataan tersebut adalah signifikan dan memiliki validitas konstrak atau dalam bahasa statistik terdapat konsistensi internal (*internal consistence*) yang berarti pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama. Ini berarti bahwa data yang diperoleh valid dan dapat dipergunakan untuk penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Varian Menu (X1)	X11	0,936	0,197	Valid
	X12	0,885		Valid
	X13	0,919		Valid
	X14	0,906		Valid
Suasana Cafe (X2)	X21	0,846		Valid
	X22	0,853		Valid
	X23	0,809		Valid
	X24	0,817		Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,819		Valid
	Y2	0,863		Valid
	Y3	0,874		Valid
	Y4	0,838		Valid

Sumber : Data Primer, 2025 (diolah)

Tabel 4.2 di atas dapat di jelaskan bahwa kepuasan konsumen, varian menu dan suasana cafe dengan melakukan pengujian validitas data yang diperoleh adalah valid sehingga dapat dipergunakan untuk penelitian. Hal ini dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

4.3.2 Pengujian Reliabilitas

Untuk menilai kehandalan kuesioner yang digunakan, maka dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas berdasarkan *Cronbach Alpha* yang lazim digunakan untuk penelitian ilmu sosial. Analisis ini digunakan agar koefisien minimum dapat diterima diatas 0,60. Untuk lebih jelasnya besarnya nilai alpha pada masing- masing variabel diperlihatkan pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai Croanbach Alpha	Keterangan
Varian Menu (X1)	0,929	Reliabel
Suasana Cafe (X2)	0,851	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,870	Reliabel

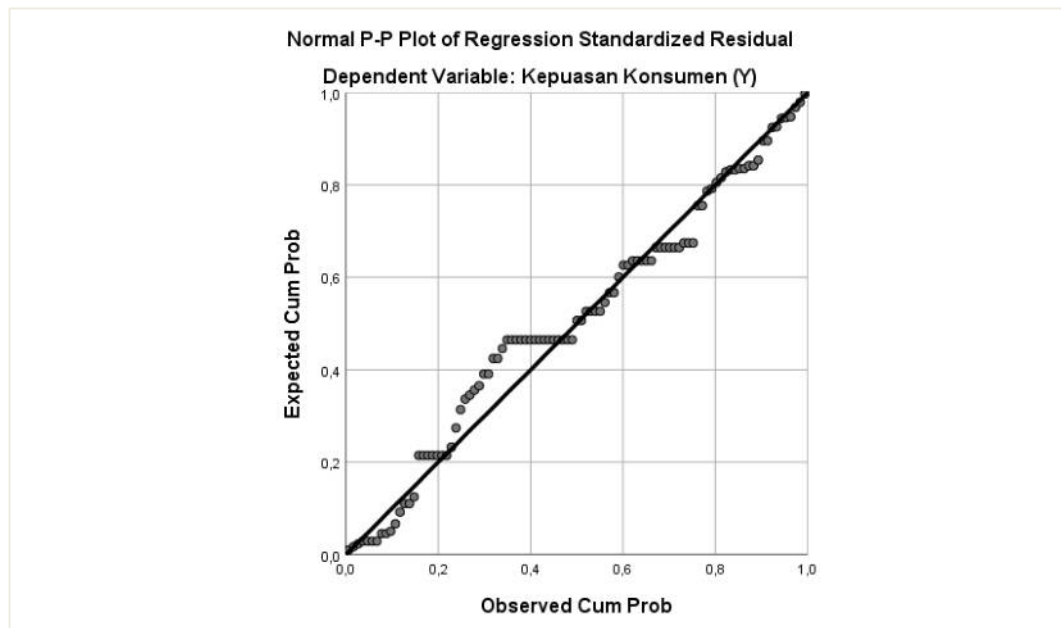
Sumber : Data Primer, 2025 (diolah)

Tabel 4.3 di atas memperlihatkan bahwa nilai *Croanbach Alpha* masing-masing variabel menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,60. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan handal. Dengan kata lain, kuesioner yang digunakan untuk mengukur Variabel Varian Menu (X1), Suasana Cafe (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh memiliki tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui Analisis Grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data diseputar garis diagonal. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut:



Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.1 tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan indikasi normal. Analisis dari grafik diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. “Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi-asumsi normalitas”. Maka model regresi layak dipakai untuk memprediksi Kepuasan konsumen berdasarkan masukan variabel independen.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka

terdapat masalah multikolinearitas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.4:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas

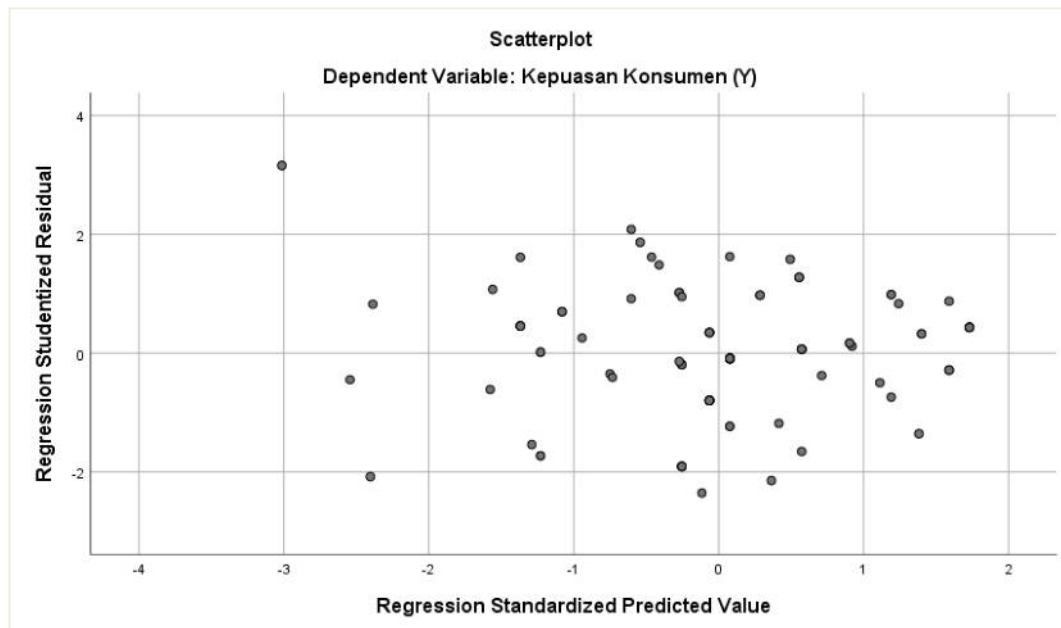
Variabel Bebas	Toleransi	VIF	Keterangan
Varian Menu (X1)	0,252	3,960	Non Multikolinieritas
Suasana Cafe (X2)	0,252	3,960	Non Multikolinieritas

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 maka dapat menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai Tolerance lebih dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF kurang dari 10. Jadi sehingga dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari gejala multikolinieritas dan memenuhi asumsi multikolinieritas.

4.4.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil pengujian heteroskedastisitas data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS dengan mengamati pola yang terdapat pada Scatterplot, dimana hasilnya dapat dilihat pada Gambar 4.2:



Gambar 4.2
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diperoleh bahwa sebaran titik data berada tidak beraturan membentuk pola dan tersebar disekitar angka 0 sumbu Y. Hal ini dapat dinyatakan bahwa data terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

4.5 Analisis Deskriptif

4.5.1 Variabel Varian Menu (X1)

Berdasarkan hasil penelitian diketahui jawaban responden terhadap variabel Kepuasan konsumen dapat dijelaskan pada Tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Varian Menu (X1)

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Menu yang tersedia di Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sangat bervariasi	1	1,0%	1	1,0%	18	18,2%	53	53,5%	26	26,3%	4,03
2	Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sering menawarkan menu baru yang berbeda	3	3,0%	2	2,0%	16	16,2%	61	61,6%	17	17,2%	3,88
3	Menu yang disajikan Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sesuai dengan selera konsumen	0	0,0%	1	1,0%	24	24,2%	52	52,5%	22	22,2%	3,96
4	Porsi yang disajikan Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen	0	0,0%	2	2,0%	18	18,2%	62	62,6%	17	17,2%	3,95
Rerata												3,95

Sumber : Data Primer, 2025 (diolah)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, indikator dengan mean tertinggi adalah pernyataan “Menu yang tersedia di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sangat bervariasi” dengan nilai mean sebesar 4,03, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahkan sangat setuju terhadap keragaman menu yang ditawarkan oleh café tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa variasi menu menjadi aspek yang paling menonjol dan diapresiasi oleh konsumen.

Sementara itu, indikator dengan mean terendah adalah pernyataan “Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sering menawarkan menu baru yang berbeda” dengan nilai mean sebesar 3,88. Meskipun tetap berada dalam kategori “Setuju”, nilai ini lebih rendah dibandingkan indikator lainnya, yang dapat diartikan bahwa frekuensi inovasi atau pembaruan menu dirasa masih belum optimal oleh sebagian konsumen.

Adapun mean keseluruhan dari keempat indikator berada pada angka 3,95, yang menunjukkan bahwa secara umum konsumen memberikan penilaian positif terhadap aspek varian menu yang disajikan oleh Café Dar dan Risol.

4.5.2 Variabel Suasana Cafe (X2)

Berdasarkan hasil penelitian diketahui jawaban responden terhadap variabel Varian menu dapat dijelaskan pada Tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Suasana Cafe (X2)

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Bagian luar Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh menarik minat konsumen untuk masuk	0	0,0%	2	2,0%	25	25,3%	57	57,6%	15	15,2%	3,86
2	Bagian dalam Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh menarik perhatian konsumen	0	0,0%	1	1,0%	23	23,2%	58	58,6%	17	17,2%	3,92
3	Tata letak meja dan kursi di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota	0	0,0%	1	1,0%	24	24,2%	57	57,6%	17	17,2%	3,91

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
	Banda Aceh diatur secara tepat											
4	Dekorasi yang digunakan di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh menarik perhatian konsumen	0	0,0%	2	2,0%	20	20,2%	59	59,6%	18	18,2%	3,94
Rerata												3,91

Sumber : Data Primer, 2025 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil analisis deskriptif terhadap persepsi konsumen mengenai suasana café di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh, diperoleh mean keseluruhan sebesar 3,91, yang menunjukkan bahwa secara umum responden setuju bahwa suasana café cukup mendukung dan menarik.

Indikator dengan mean tertinggi adalah pernyataan “Dekorasi yang digunakan di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh menarik perhatian konsumen” dengan nilai mean 3,94, yang mengindikasikan bahwa dekorasi menjadi aspek yang paling menonjol dan mendapat apresiasi positif dari konsumen.

Sementara itu, indikator dengan mean terendah adalah pernyataan “Bagian luar Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh menarik minat konsumen untuk masuk” dengan nilai mean 3,86. Meskipun tetap berada dalam kategori “Setuju”, nilai ini menunjukkan bahwa tampilan luar café dianggap sedikit kurang menonjol dibandingkan elemen suasana lainnya, sehingga bisa menjadi area yang perlu ditingkatkan untuk menarik lebih banyak pengunjung dari luar.

4.5.3 Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian diketahui jawaban responden terhadap variabel Suasana cafe dapat dijelaskan pada Tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Saya mengetahui informasi tentang produk yang dijual di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh	0	0,0%	1	1,0%	22	22,2%	56	56,6%	20	20,2%	3,96
2	Produk atau layanan yang diberikan oleh Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sesuai dengan harapan saya	0	0,0%	1	1,0%	20	20,2%	57	57,6%	21	21,2%	3,99
3	Saya akan datang kembali ke Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh di masa yang akan datang	0	0,0%	3	3,0%	18	18,2%	61	61,6%	17	17,2%	3,93
4	Saya akan merekomendasikan Café Lampaseh Kota Banda Aceh kepada orang lain	0	0,0%	3	3,0%	17	17,2%	62	62,6%	17	17,2%	3,94
Rerata												3,91

Sumber : Data Primer, 2025 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 hasil analisis deskriptif terhadap variabel kepuasan konsumen di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh, diperoleh mean keseluruhan sebesar 3,91, yang menunjukkan bahwa secara umum konsumen merasa puas terhadap pengalaman mereka di café tersebut.

Indikator dengan mean tertinggi adalah pernyataan “Produk atau layanan yang diberikan oleh Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sesuai dengan harapan saya” dengan nilai mean 3,99, yang mengindikasikan bahwa konsumen merasa layanan dan produk yang diterima cukup memenuhi ekspektasi mereka, menjadi aspek yang paling memuaskan.

Sementara itu, indikator dengan mean terendah adalah pernyataan “Saya akan datang kembali ke Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh di masa yang akan datang” dengan nilai mean 3,93. Meskipun nilainya tetap dalam kategori “Setuju”, angka ini menunjukkan bahwa niat kunjungan ulang sedikit lebih rendah dibandingkan aspek lainnya, sehingga dapat menjadi perhatian untuk meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengujian Hipotesis

Untuk melihat pengaruh varian menu dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh dapat dilihat pada Tabel 4.8 di bawah ini :

Tabel 4.8
Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Nama Variabel	Beta	Standar Error	Standardized Coefficients Beta	t _{hitung}	Sig.
Constanta	0,376	0,126		2,979	0,004
Varian Menu (X ₁)	0,527	0,052	0,615	10,041	0,000
Suasana Cafe (X ₂)	0,383	0,063	0,371	6,056	0,000
a. Predictors : (constant Varian Menu, Suasana Cafe b. Variabel Kepuasan Konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh					

Sumber : Data Primer (diolah), 2025

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas yang menunjukkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS, yang menjelaskan kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh, maka dapat diperlihatkan pada hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,376 + 0,527 X1 + 0,383 X2$$

Jika dianalisis angka-angka yang ada pada regresi linier berganda tersebut, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Koefisien Regresi (β)

- a. Nilai konstanta (α) memiliki nilai positif sebesar 0,376. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi Varian Menu ($X1$) dan Suasana Cafe ($X2$) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan bernilai 0,376.
- b. Nilai koefisien regresi untuk Varian Menu ($X1$) yaitu sebesar 0,527. Hal ini artinya jika Varian Menu ($X1$) mengalami kenaikan sebesar 1, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,527. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.
- c. Nilai koefisien regresi untuk Suasana Cafe ($X2$) yaitu sebesar 0,383. Hal ini artinya jika Suasana Cafe ($X2$) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,383. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa dari ke dua variabel independen yang diteliti ternyata variabel Varian Menu ($X1$) mempunyai pengaruh dominan dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen

pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh karena diperoleh koefisien regresi sebesar 52,7 %.

2) Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi

Berdasarkan hasil analisis data, untuk melihat hubungan dan pengaruh Varian Menu (X1) dan Suasana Cafe (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh. Berdasarkan korelasi dan *determinasi* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.9
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,954 ^a	0,909	0,907	,17576

a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe (X2), Varian Menu (X1)

b. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen (Y)

a. Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2017), pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,80 – 1,000 = sangat kuat

Adapun hasil pengujian korelasi ganda dapat dilihat pada Tabel 4.9 di atas maka diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,954. Hal ini bermakna bahwa Varian Menu (X1) dan Suasana Cafe (X2) memiliki korelasi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,954 yang tergolong ke dalam korelasi sangat kuat.

b. Koefisien Determinasi

Sementara itu koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh dengan nilai sebesar 0,907 artinya bahwa sebesar 90,7% perubahan-perubahan dalam variabel terikat (Kepuasan Konsumen Pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh) dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan dalam faktor Varian Menu (X_1) dan Suasana Cafe (X_2). Sedangkan selebihnya sebesar 9,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dua variabel seperti lokasi, harga, penanganan keluhan dan sebagainya.

4.6.2 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik T dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau bebas yang ada di model secara individual terhadap variabel dependen atau terikat. Dalam uji T berlaku ketentuan sebagai berikut:

- Apabila nilai Sig. < 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.
- Apabila nilai Sig. > 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.

Berikut hasil uji statistik T.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,376	0,126		2,979	0,004		
	Varian Menu (X_1)	0,527	0,052	0,615	10,041	0,000	0,252	3,960
	Suasana Café (X_2)	0,383	0,063	0,371	6,056	0,000	0,252	3,960

Sumber : Data primer (diolah), 2025

Berdasarkan tabel 4.8, hasil analisa uji statistik T dijabarkan sebagai berikut.

- Varian Menu (X1) memiliki nilai Sig. (0,000) < 0,05. Hal ini bermakna bahwa Varian Menu (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial.
- Suasana Cafe (X2) memiliki nilai Sig. (0,000) < 0,05. Hal ini bermakna bahwa Suasana Cafe (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial.

4.6.3 Hasil Uji Simultan (uji F)

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau bebas yang ada di model secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Ketentuan dalam uji F yaitu apabila nilai Sig. < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Berikut uji statistik F untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut ini :

TABEL 4.10
Tabel Analisis Of Variance (ANOVA)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,666	2	14,843	480,509	.000 ^b
	Residual	2,965	96	0,031		
	Total	32,652	98			

Sumber : Data primer (diolah), 2025

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa pada tingkat signifikansi 5% nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa Varian Menu (X1) dan Suasana Cafe (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan

Konsumen (Y) secara simultan (bersama-sama) sehingga menerima H_a dan menolak H_o .

4.7 Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya bahwa varian menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh. Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya oleh Meika Marito Sihombing (2021) dan Sri Lestary (2024) yang menyatakan bahwa varian menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Implikasi bahwa Manajemen Café Dar dan Risol agar terus melakukan inovasi dalam pengembangan menu. Menu yang bervariasi dapat memberikan konsumen lebih banyak pilihan, memenuhi selera yang berbeda-beda, serta meningkatkan daya tarik café. Keberagaman menu juga dapat meningkatkan frekuensi kunjungan konsumen karena mereka tidak mudah merasa bosan. Hal ini dapat menjadi nilai jual utama dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner di Banda Aceh, khususnya di segmen anak muda dan pekerja urban.

Selanjutnya suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh, didukung dengan penelitian oleh Isna Aminatus Sholihah (2020) dan Garil Adiyat Maulana (2024) bahwa suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pengelola café perlu menjaga dan meningkatkan suasana seperti desain interior, pencahayaan, kebersihan, kenyamanan tempat duduk, serta musik yang mendukung. Suasana yang nyaman dapat menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung, yang pada akhirnya akan mendorong loyalitas dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari uraian hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Varian menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.
2. Suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.
3. Secara simultan varian menu dan suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh. .

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka yang akan dijadikan saran dalam penelitian ini yaitu :

1. Diharapkan Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh untuk sering menawarkan menu baru yang berbeda agar konsumen tidak merasa bosan akan menu yang ditawarkan
2. Diharapkan Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh untuk dapat memperhatikan suasana cafe terutama bagian luar café untuk lebih menarik minat konsumen untuk berkunjung.
3. Disarankan kepada Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh untuk terus meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga dapat mendorong loyalitas pelanggan seperti keinginan untuk kembali berkunjung di masa

mendatang serta kesediaan merekomendasikan Café Dar dan Risol Lampaseh kepada orang lain.

4. Penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel di luar model penelitian ini, yaitu varian menu dan suasana cafe, untuk memperoleh pemahaman yang lebih terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Aboiron, J., & Aubin, J. (2016). Influence of store atmosphere on the shopper's behavior: The case of Yves Rocher. *Journal of Business and Economics*, 2058.
- Arif, D., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen. *Ecopreneur*, 12(3), 139. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i2.780>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek* (Edisi Revisi). Rineka Cipta.
- Ariyan. (2018). Menyusun menu yang bergizi dan sehat. *Ariyankreatifitas*. <http://ariyankreatifitas.blogspot.co.id/2011/01/menyusun-menu-yang-bergizi-dan-sehat.html> (Diposting pada Kamis, 6 Januari 2018).
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-3). PT Raja Grafindo Persada.
- Baskoro, D. D. (2021). Pengaruh harga dan suasana café terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Global Research on Tourism*, 3(2).
- Dharmayanti, N. (2016). Analisis dampak service performance dan kepuasan sebagai moderating variable terhadap loyalitas nasabah (Studi pada nasabah tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 35–43.
- Farikha, D. Z. (2024). Pengaruh store atmosphere dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di toko Miniso Mall Olympic Garden Kota Malang. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 18(1), Juni 2024, 1–10. <https://doi.org/10.1234/jab.v18i1.201>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, H. (2021). *Manajemen merek & kepuasan pelanggan*. PT. Nasya Expanding Management. Diambil dari: <http://books.google.com>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran di Indonesia* (Edisi ke-13). Salemba Empat.
- Kusuma Wardhani, F. (2021). Pengaruh atmosfer toko dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Pemasaran*, 14(2), 123–135.

- Kusumawaty, Y. (2018). Strategi pemasaran produk makanan ringan khas Riau (Keripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu). *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 85–95.
- Lestary, S. (2024). Pengaruh ketersediaan variasi menu dan suasana kafe terhadap kepuasan konsumen di Babah Coffee & Kitchen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 105–115.
- Maulana, G. A. (2024). Meneliti pengaruh varian menu, harga, dan suasana kafe terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 50–60.
- Mertani, P. (2024). Tren global dalam produksi kopi: Tingkat konsumsi dan masa depannya. *Mertani.co.id*. <https://www.mertani.co.id/post/tren-global-dalam-produksi-kopi-tingkat-konsumsi-dan-masa-depannya>
- Nurhidayati, I. (2023, 1 September). Tren global dalam produksi kopi: Tingkat konsumsi dan masa depannya. *Mertani.com*. <https://www.mertani.co.id/post/tren-global-dalam-produksi-kopi-tingkat-konsumsi-dan-masa-depannya>
- Oliver, J. (2019). *Buku manajemen*. Hilon Tensados.
- Palilati, A., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 100–110. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh suasana cafe, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- Santoso, S. A. (2019). Pengaruh variasi menu, harga, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan warung Tegal di Kecamatan Ciputat Timur. *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Santoso, S. A. (2019). Pengaruh variasi menu, harga, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan warung Tegal di Kecamatan Ciputat Timur (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Schmitt, B. H. (2021). *Customer experience management: A revolutionary approach to connecting with your customer*. John Wiley & Sons.
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh suasana kafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Merdeka Nganjuk. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 22(1), 55–65.

- Sihombing, M. M. (2021). Mengkaji pengaruh varian menu, harga, dan suasana kafe terhadap kepuasan konsumen di Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Jurnal Pemasaran & Manajemen*, 7(1), 90–105.
- Sinambela, O. (2022). Pengaruh variasi menu dan harga terhadap kepuasan pengunjung Warung Mie Ayam Ma'e (Studi Desa Candi Mas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara) (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro).
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-8). Alfabeta.
- Supriono. (2018). Pengaruh store atmosphere terhadap impulse buying (Studi pada pengunjung mall di Kota Malang). *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 109–115.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan* (Edisi ke-1). Yogyakarta: Andi.
- Tunjungsari, S. V., Fauzi, A. F., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh store atmosphere (suasana toko) terhadap emosi serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada pembeli di Ria Djenaka Cafe dan Resto, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 30(1), 1–7.
- Utomo, H. (1993). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-2). Gunadarma.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (6th ed.). McGraw-Hill.

Kuesioner Penelitian

Pengaruh Varian Menu Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh.

Identitas Responden

1. No. Kuesioner : ☐ ☐ ☐ (diisi oleh peneliti)
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-lak ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ 21-30 Tahun ☐ 31-40 Tahun ☐ $\geq$ 41 Tahun
4. Pekerjaan ☐ PNS ☐ Pegawai Swasta
☐ Wiraswasta ☐ Pelajar/Mahasiswa
5. Penghasilan : ☐ Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
☐ Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
☐ Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000
☐ > Rp. 4.000.000

Mohon Bapak/Ibu memberikan tanda *check list* ($\checkmark$) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan kategori jawaban SS = Sangat Setuju, KS = Kurang Setuju, TS = Tidak Setuju, S = Setuju STS = Sangat Tidak Setuju

A. Kepuasan Konsumen (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui informasi tentang produk yang dijual di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh					
2	Produk atau layanan yang diberikan oleh Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sesuai dengan harapan saya					
3	Saya akan datang kembali ke Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh di masa yang akan datang					
4	Saya akan merekomendasikan Café Lampaseh Kota Banda Aceh kepada orang lain					

B. Varian Menu (X₁)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menu yang tersedia di Cafe Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sangat bervariasi					
2	Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sering menawarkan menu baru yang berbeda					
3	Menu yang disajikan Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh sesuai dengan selera konsumen					
4	Porsi yang disajikan Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen					

C. Suasana Café (X₂)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Bagian luar Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh menarik minat konsumen untuk masuk					
2	Bagian dalam Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh menarik perhatian konsumen					
3	Tata letak meja dan kursi di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh diatur secara tepat					
4	Dekorasi yang digunakan di Café Dar dan Risol Lampaseh Kota Banda Aceh menarik perhatian konsumen					

Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas

		Correlations				
		X11	X12	X13	X14	X1
X11	Pearson Correlation	1	,737**	,885**	,794**	,936**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X12	Pearson Correlation	,737**	1	,704**	,757**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X13	Pearson Correlation	,885**	,704**	1	,776**	,919**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X14	Pearson Correlation	,794**	,757**	,776**	1	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99	99
X1	Pearson Correlation	,936**	,885**	,919**	,906**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,929	4

		Correlations				
		X21	X22	X23	X24	X2
X21	Pearson Correlation	1	,669**	,548**	,592**	,846**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X22	Pearson Correlation	,669**	1	,600**	,574**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X23	Pearson Correlation	,548**	,600**	1	,545**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X24	Pearson Correlation	,592**	,574**	,545**	1	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99	99
X2	Pearson Correlation	,846**	,853**	,809**	,817**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,851	4

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,660**	,579**	,541**	,819**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99
Y2	Pearson Correlation	,660**	1	,676**	,595**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99
Y3	Pearson Correlation	,579**	,676**	1	,707**	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99	99
Y4	Pearson Correlation	,541**	,595**	,707**	1	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99	99
Y	Pearson Correlation	,819**	,863**	,874**	,838**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,870	4

Lampiran Uji Deskriptif (Identitas Responden)

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	36	36,4	36,4	36,4
	Perempuan	63	63,6	63,6	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 Tahun	47	47,5	47,5	47,5
	31-40 Tahun	38	38,4	38,4	85,9
	≥41 Tahun	14	14,1	14,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	24	24,2	24,2	24,2
	Pegawai Swasta	17	17,2	17,2	41,4
	Wiraswasta	16	16,2	16,2	57,6
	Pelajar/Mahasiswa	42	42,4	42,4	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Penghasilan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	31	31,3	31,3	31,3
	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	21	21,2	21,2	52,5
	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	25	25,3	25,3	77,8
	> Rp. 4.000.001	22	22,2	22,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Lampiran Uji Deskriptif (Variabel Penelitian)

X11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,0	1,0	1,0
	2	1	1,0	1,0	2,0
	3	18	18,2	18,2	20,2
	4	53	53,5	53,5	73,7
	5	26	26,3	26,3	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

X12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3,0	3,0	3,0
	2	2	2,0	2,0	5,1
	3	16	16,2	16,2	21,2
	4	61	61,6	61,6	82,8
	5	17	17,2	17,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

X13					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,0	1,0	1,0
	3	24	24,2	24,2	25,3
	4	52	52,5	52,5	77,8
	5	22	22,2	22,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

X14					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2,0	2,0	2,0
	3	18	18,2	18,2	20,2
	4	62	62,6	62,6	82,8
	5	17	17,2	17,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

X21					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2,0	2,0	2,0
	3	25	25,3	25,3	27,3
	4	57	57,6	57,6	84,8
	5	15	15,2	15,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

X22					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,0	1,0	1,0
	3	23	23,2	23,2	24,2
	4	58	58,6	58,6	82,8
	5	17	17,2	17,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

X23					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,0	1,0	1,0
	3	24	24,2	24,2	25,3
	4	57	57,6	57,6	82,8
	5	17	17,2	17,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

X24					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2,0	2,0	2,0
	3	20	20,2	20,2	22,2
	4	59	59,6	59,6	81,8
	5	18	18,2	18,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,0	1,0	1,0
	3	22	22,2	22,2	23,2
	4	56	56,6	56,6	79,8
	5	20	20,2	20,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,0	1,0	1,0
	3	20	20,2	20,2	21,2
	4	57	57,6	57,6	78,8
	5	21	21,2	21,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3,0	3,0	3,0
	3	18	18,2	18,2	21,2
	4	61	61,6	61,6	82,8
	5	17	17,2	17,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3,0	3,0	3,0
	3	17	17,2	17,2	20,2
	4	62	62,6	62,6	82,8
	5	17	17,2	17,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Lampiran Uji Regresi Linear Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,954 ^a	,909	,907	,17576

a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe (X2), Varian Menu (X1)

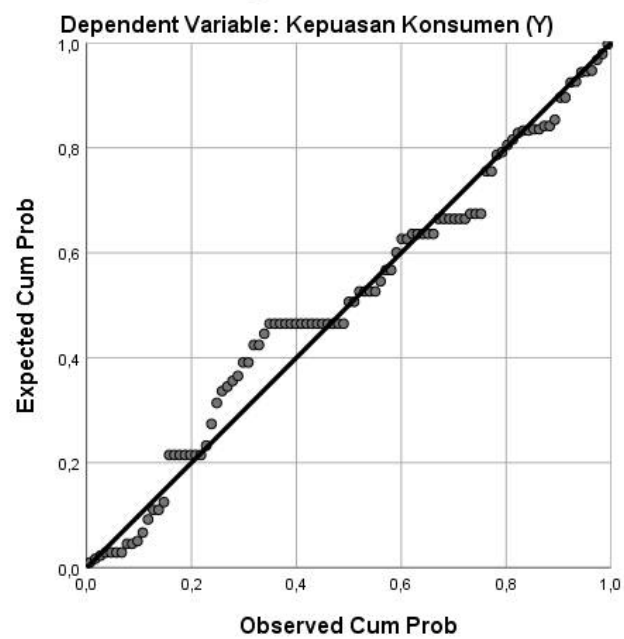
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,686	2	14,843	480,509	,000 ^b
	Residual	2,965	96	,031		
	Total	32,652	98			

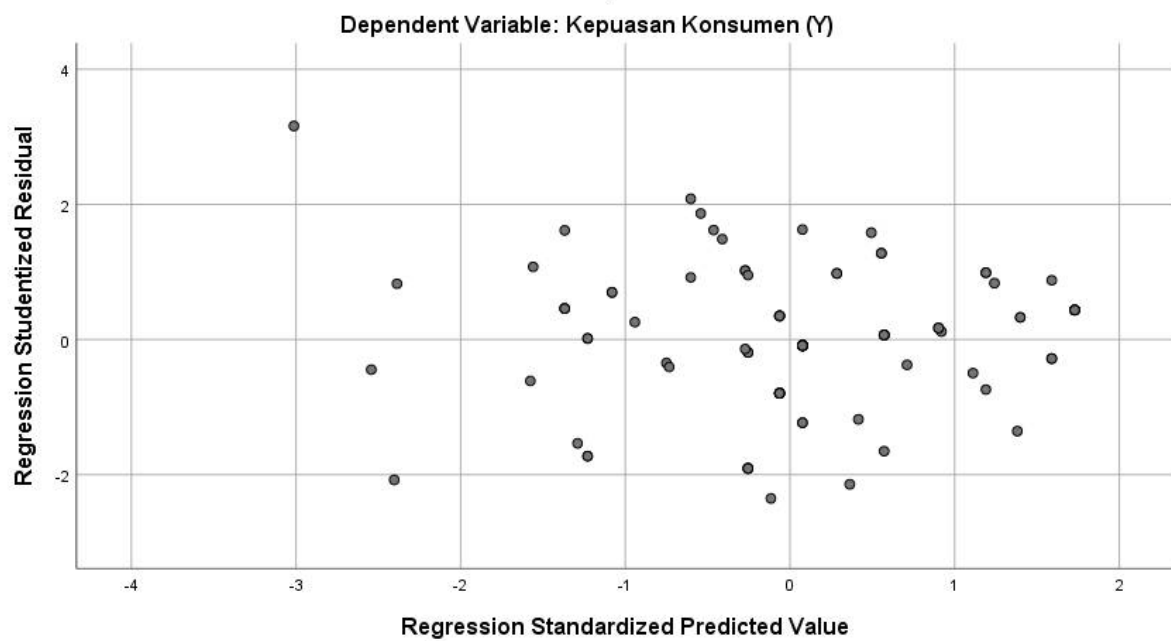
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,376	,126		2,979	,004		
	Varian Menu (X1)	,527	,052	,615	10,041	,000	,252	3,960
	Suasana Cafe (X2)	,383	,063	,371	6,056	,000	,252	3,960

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



LAMPIRAN TABULASI DATA

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Penghasilan	X11	X12	X13	X14	X1	X21	X22	X23	X24	X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
1	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	3.8	4	4	4	4	4.0	3	3	4	4	3.5
2	Perempuan	>40 Tahun	PNS	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	5	4	4	4	4.3	5	5	4	4	4.5	4	5	4	4	4.3
3	Perempuan	31-40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	3	3.8	4	4	4	3	3.8	4	4	3	3	3.5
4	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	3	3	4	4	3.5	4	4	4	4	4.0
5	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3	4	4	4	3.8	3	4	3	3	3.3	3	4	4	4	3.8
6	Laki-laki	>40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	3	4	4	3.8	3	4	4	4	3.8	4	3	4	4	3.8
7	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	4	3	4	3.8	4	3	3	4	3.5	4	4	4	4	4.0
8	Perempuan	>40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	5	5	5	4	4.8	3	4	3	4	3.5	5	5	4	4	4.5
9	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	3	2	3	3	2.8	3	4	3	3	3.3	3	3	3	4	3.3
10	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	4	3	4	4	3.8	3	3	3	4	3.3	4	4	4	4	4.0
11	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	5	5	5	5	5.0	4	5	5	4	4.5	4	4	5	5	4.5
12	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	5	4	5	5	4.8	4	5	5	4	4.5	5	5	4	4	4.5
13	Perempuan	31-40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	3	3.8	4	3	4	4	3.8	4	4	3	4	3.8
14	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	2	2	3	3	2.5	2	3	3	2	2.5	3	2	2	2	2.3
15	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3	3	3	3	3.0	3	3	4	3	3.3	3	3	4	4	3.5
16	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	4	4	4	4	4.0	3	4	4	4	3.8	4	4	4	4	4.0
17	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	5	5	5	5	5.0	4	4	4	5	4.3	4	5	5	5	4.8
18	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	3	3.8	4	3	4	4	3.8
19	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	3	3	4	4	3.5	4	4	3	4	3.8
20	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	4	4	4	4.3	5	5	4	5	4.8	5	5	4	4	4.5
21	Perempuan	>40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	4	4	4	3	3.8	4	4	4	3	3.8
22	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	3	3	3	3	3.0	4	4	3	3	3.5	4	3	3	3	3.3
23	Perempuan	>40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	4	4	3	3	3.5	4	4	4	4	4.0
24	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	5	4	5	5	4.8	4	4	5	5	4.5	5	4	5	5	4.8
25	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	3	4	4	4	3.8	4	4	3	4	3.8
26	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	5	5	5	5.0	4	5	5	5	4.8	5	5	5	5	5.0
27	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	3	4	3	4	3.5	3	4	3	4	3.5	3	4	4	3	3.5
28	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3	3	3	3	3.0	4	4	3	3	3.5	4	3	3	3	3.3
29	Laki-laki	31-40 Tahun	Wiraswasta	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	4	4	3	4	3.8	4	3	4	4	3.8
30	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	3	3.8	4	4	3	4	3.8
31	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3	1	3	2	2.3	3	3	3	2	2.8	3	3	3	2	2.8
32	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	5	5	5	5.0	4	5	5	5	4.8	5	5	5	4	4.8
33	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	4	5	4	4.5	4	5	5	5	4.8	5	5	4	4	4.5
34	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4.0	3	3	3	4	3.3	4	4	4	4	4.0
35	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	4	5	4	4	4.3	4	4	4	4	4.0	3	4	4	4	3.8
36	Perempuan	>40 Tahun	Wiraswasta	> Rp. 4.000.001	3	3	3	4	3.3	3	3	3	3	3.0	3	3	3	3	3.0
37	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	3	4	3.8	4	4	3	4	3.8	3	4	4	3	3.5
38	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	3	4	4	4	3.8	4	4	4	4	4.0

39	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	4	4	4	4	4.0	4	3	4	4	3.8	4	4	4	4	4.0
40	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	4	4	3	4	3.8	3	4	4	4	3.8
41	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	5	4	5	5	4.8	5	5	5	4	4.8	5	4	5	5	4.8
42	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	3	4	4	4	3.8	4	4	3	4	3.8
43	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	4	5	5	4.8	5	4	4	5	4.5	5	5	5	4	4.8
44	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3	1	3	3	2.5	2	2	2	3	2.3	3	3	2	2	2.5
45	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
46	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0
47	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4.0	4	3	4	4	3.8	4	4	4	4	4.0
48	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	3	4	4	3.8	4	4	3	4	3.8	4	4	4	4	4.0
49	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	4	4	4	3	3.8	4	4	4	4	4.0
50	Laki-laki	31-40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	5	5	5	5	5.0	5	5	5	4	4.8	4	5	5	5	4.8
51	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	4	5	4	4.5	5	4	4	5	4.5	5	5	4	4	4.5
52	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	5	4	4	5	4.5	4	5	4	5	4.5	5	5	4	4	4.5
53	Perempuan	>40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	3	4	3	3.5	4	4	3	4	3.8	4	4	4	4	4.0
54	Perempuan	>40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	1	1	2	2	1.5	3	3	3	3	3.0	2	3	2	4	2.8
55	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	3	4	3.8	4	4	3	4	3.8	3	4	3	4	3.5
56	Perempuan	>40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	3	3	3	3	3.0	3	3	3	3	3.0	3	3	3	3	3.0
57	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	5	4	5	4	4.5	3	4	4	4	3.8	4	4	4	4	4.0
58	Perempuan	31-40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
59	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0
60	Perempuan	31-40 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	3	4	3.8	4	4	3	4	3.8	3	3	4	4	3.5
61	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
62	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0
63	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	4	5	4	4.5	4	4	4	4	4.0	4	5	4	5	4.5
64	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
65	Laki-laki	31-40 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	3	3	3	3	3.0	3	3	4	4	3.5	3	3	3	3	3.0
66	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	3	3	3	3.3	4	3	4	4	3.8	3	3	4	4	3.5
67	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
68	Perempuan	31-40 Tahun	Wiraswasta	> Rp. 4.000.001	3	3	3	3	3.0	4	3	3	4	3.5	3	3	3	3	3.0
69	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3	3	3	3	3.0	3	3	4	3	3.3	4	3	3	3	3.3
70	Perempuan	>40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	3	3	3	3	3.0	3	3	3	4	3.3	3	4	3	3	3.3
71	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	5	4	5	4	4.5	4	4	4	4	4.0	4	5	5	4	4.5
72	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
73	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
74	Laki-laki	>40 Tahun	PNS	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
75	Laki-laki	31-40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0
76	Perempuan	31-40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
77	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0
78	Laki-laki	31-40 Tahun	Wiraswasta	> Rp. 4.000.001	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0	5	5	5	5	5.0
79	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	3	3	3	3	3.0	3	3	4	3	3.3	4	3	3	3	3.3
80	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	3	4	3	3	3.3	3	3	4	3	3.3	3	4	4	3	3.5
81	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0

82	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
83	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
84	Perempuan	31-40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
85	Laki-laki	>40 Tahun	Wiraswasta	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	3	3.8
86	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	5	5	4	4.8	5	4	5	5	4.8	4	5	5	5	4.8
87	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	3	4	4	3.8
88	Perempuan	>40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
89	Laki-laki	31-40 Tahun	Wiraswasta	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	5	4	4.3
90	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	4	4	4	4.0	5	4	4	4	4.3	4	4	4	5	4.3
91	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	5	4	4	4.3	4	5	4	4	4.3	4	4	4	4	4.0
92	Perempuan	21-30 Tahun	PNS	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	4.3	4	4	5	4	4.3	5	4	4	4	4.3
93	Laki-laki	21-30 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	3	4	3	3	3.3	4	3	4	3	3.5	3	4	4	3	3.5
94	Perempuan	21-30 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	4	4	4	4	4.0	4	4	4	5	4.3	4	4	4	5	4.3
95	Perempuan	21-30 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0	4	4	4	4	4.0
96	Perempuan	21-30 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	5	4	4	4	4.3	5	4	4	4	4.3	5	4	4	4	4.3
97	Laki-laki	21-30 Tahun	PNS	> Rp. 4.000.001	3	3	3	4	3.3	3	3	4	3	3.3	3	4	4	3	3.5
98	Perempuan	>40 Tahun	PNS	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000	4	5	4	4	4.3	4	4	5	4	4.3	4	4	4	5	4.3
99	Laki-laki	21-30 Tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	4	5	4	4	4.3	4	4	4	5	4.3	5	4	4	4	4.3

Lampiran Tabel

Nilai F Tabel Pada Tingkat Keyakinan 95%

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
51	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
52	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
53	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
54	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
55	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
56	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
57	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
58	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
59	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
60	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
61	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
62	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
63	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
64	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
65	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
66	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
67	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
68	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
69	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235
70	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
71	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
72	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
73	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
74	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
75	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
76	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
77	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
78	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
79	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
80	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
81	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
82	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
83	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
84	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
85	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
86	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
87	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
88	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
89	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
90	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202
91	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191

Lampiran 8 : Nilai T Tabel Pada Tingkat Keyakinan 95%

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
1	63,656	25,452	12,706	6,314
2	9,925	6,205	4,303	2,920
3	5,841	4,177	3,182	2,353
4	4,604	3,495	2,776	2,132
5	4,032	3,163	2,571	2,015
6	3,707	2,969	2,447	1,943
7	3,499	2,841	2,365	1,895
8	3,355	2,752	2,306	1,860
9	3,250	2,685	2,262	1,833
10	3,169	2,634	2,228	1,812
11	3,106	2,593	2,201	1,796
12	3,055	2,560	2,179	1,782
13	3,012	2,533	2,160	1,771
14	2,977	2,510	2,145	1,761
15	2,947	2,490	2,131	1,753
16	2,921	2,473	2,120	1,746
17	2,898	2,458	2,110	1,740
18	2,878	2,445	2,101	1,734
19	2,861	2,433	2,093	1,729
20	2,845	2,423	2,086	1,725
21	2,831	2,414	2,080	1,721
22	2,819	2,405	2,074	1,717
23	2,807	2,398	2,069	1,714
24	2,797	2,391	2,064	1,711
25	2,787	2,385	2,060	1,708
26	2,779	2,379	2,056	1,706
27	2,771	2,373	2,052	1,703
28	2,763	2,368	2,048	1,701
29	2,756	2,364	2,045	1,699
30	2,750	2,360	2,042	1,697
31	2,744	2,356	2,040	1,696
32	2,738	2,352	2,037	1,694
33	2,733	2,348	2,035	1,692
34	2,728	2,345	2,032	1,691
35	2,724	2,342	2,030	1,690
36	2,719	2,339	2,028	1,688
37	2,715	2,336	2,026	1,687
38	2,712	2,334	2,024	1,686
39	2,708	2,331	2,023	1,685
40	2,704	2,329	2,021	1,684
41	2,701	2,327	2,020	1,683
42	2,698	2,325	2,018	1,682
43	2,695	2,323	2,017	1,681
44	2,692	2,321	2,015	1,680
45	2,690	2,319	2,014	1,679
46	2,687	2,317	2,013	1,679
47	2,685	2,315	2,012	1,678
48	2,682	2,314	2,011	1,677
49	2,680	2,312	2,010	1,677
50	2,678	2,311	2,009	1,676

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
51	2,676	2,310	2,008	1,675
52	2,674	2,308	2,007	1,675
53	2,672	2,307	2,006	1,674
54	2,670	2,306	2,005	1,674
55	2,668	2,304	2,004	1,673
56	2,667	2,303	2,003	1,673
57	2,665	2,302	2,002	1,672
58	2,663	2,301	2,002	1,672
59	2,662	2,300	2,001	1,671
60	2,660	2,299	2,000	1,671
61	2,659	2,298	2,000	1,670
62	2,657	2,297	1,999	1,670
63	2,656	2,296	1,998	1,669
64	2,655	2,295	1,998	1,669
65	2,654	2,295	1,997	1,669
66	2,652	2,294	1,997	1,668
67	2,651	2,293	1,996	1,668
68	2,650	2,292	1,995	1,668
69	2,649	2,291	1,995	1,667
70	2,648	2,291	1,994	1,667
71	2,647	2,290	1,994	1,667
72	2,646	2,289	1,993	1,666
73	2,645	2,289	1,993	1,666
74	2,644	2,288	1,993	1,666
75	2,643	2,287	1,992	1,665
76	2,642	2,287	1,992	1,665
77	2,641	2,286	1,991	1,665
78	2,640	2,285	1,991	1,665
79	2,639	2,285	1,990	1,664
80	2,639	2,284	1,990	1,664
81	2,638	2,284	1,990	1,664
82	2,637	2,283	1,989	1,664
83	2,636	2,283	1,989	1,663
84	2,636	2,282	1,989	1,663
85	2,635	2,282	1,988	1,663
86	2,634	2,281	1,988	1,663
87	2,634	2,281	1,988	1,663
88	2,633	2,280	1,987	1,662
89	2,632	2,280	1,987	1,662
90	2,632	2,280	1,987	1,662
91	2,631	2,279	1,986	1,662
92	2,630	2,279	1,986	1,662
93	2,630	2,278	1,986	1,661
94	2,629	2,278	1,986	1,661
95	2,629	2,277	1,985	1,661
96	2,628	2,277	1,985	1,661
97	2,627	2,277	1,985	1,661
98	2,627	2,276	1,984	1,661
99	2,626	2,276	1,984	1,660
100	2,626	2,276	1,984	1,660

Lampiran 9 : Nilai-Nilai r Product Moment Pada Keyakinan 95%

n	Nilai r	n	Nilai r	n	Nilai r
3	0,997	27	0,381	55	0,266
4	0,950	28	0,374	60	0,254
5	0,878	29	0,367	65	0,244
6	0,811	30	0,361	70	0,235
7	0,754	31	0,355	75	0,227
8	0,707	32	0,349	80	0,220
9	0,666	33	0,344	85	0,213
10	0,632	34	0,339	90	0,207
11	0,602	35	0,334	95	0,202
12	0,576	36	0,329	100	0,194
13	0,553	37	0,325	125	0,176
14	0,532	38	0,320	150	0,159
15	0,514	39	0,316	175	0,148
16	0,497	40	0,312	200	0,138
17	0,482	41	0,308	300	0,113
18	0,468	42	0,304	400	0,098
19	0,456	43	0,301	500	0,088
20	0,444	44	0,297	600	0,080
21	0,433	45	0,294	700	0,074
22	0,423	46	0,291	800	0,070
23	0,413	47	0,288	900	0,065
24	0,404	48	0,284	1000	0,062
25	0,396	49	0,281		
26	0,388	50	0,279		