

**PERBANDINGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA
KAFE AL FIN DENGAN KAFE DEAN KECAMATAN
PONRANG KABUPATEN LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh
ERSA SEPTIANA
17 0403 0013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

**PERBANDINGAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA
KAFE AL FIN DENGAN KAFE DEAN KECAMATAN
PONRANG KABUPATEN LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ERSA SEPTIANA

17 0403 0013

Pembimbing :

Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ersa Septiana
Nim : 17 0403 0013
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan karya hasil saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/ karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Selagi kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrative atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, Februari 2022

Yang membuat pernyataan



Ersa

Ersa Septiana

17 0403 0013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Perbandingan Tingkat Kepuasan Konsumen pada Kafe Al Tin dengan Kafe Dean Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu ditulis oleh Ersya Septiana, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1704030013, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 30 November 2022 Miladiyah bertepatan dengan 06 Jumadil Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S. E)

Palopo, 28 Desember 2022

TIM PENGUJI

- | | |
|--|-------------------|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M. | Penguji I |
| 4. Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd. | Penguji II |
| 5. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. | Pembimbing |

Mengetahui:

Rektor IAIN Palopo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP 19790724 200312 1 002



Muzayyidh Jabani, S.T., M.M.
NIP 19750104 200501 2003

PRAKATA



الْحَمْدُ لِلَّهِ، الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَصْرَفِ
الأنبياءِ وَ الْمُرْسَلِينَ وَ عَلَى آلِهِ وَالصَّخْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ ُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt, yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ Perbandingan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kafe Al Fin dengan Kafe Dean Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu” Setelah melalui proses yang panjang.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Manajemen bisnis syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta pihak-pihak yang turut memberikan semangat baik secara langsung maupun tidak langsung, moril maupun materil, terutama kedua orang tua penulis Ayahanda terhebat **Sahudo** dan Ibunda tercinta **Erna** para inspirasi hidup yang bersedia membagi cinta tanpa pamrih kepada kedua anaknya dan semoga Allah Swt membalasnya dengan surga. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis juga mengucapkan terimakasih dengan segala ketulusan dan kerendahan hati. Rasa terimakasih tersebut penulis hanturkan kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Wakil Rektor I, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H, Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M, Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menyusun dan menimba ilmu pengetahuan.

2. Dr. Takdir, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A, Wakil Dekan Bidang Administrasi dan Keuangan, Tadjuddin, S.E., M.Si., AK., Wakil dekan bidang Kemahasiswaan , Ilham S.Ag., M.A
3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
4. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
5. Dr. Adzan Noor Bakri, SE,Sy.,MA.Ek selaku Penasehat Akademik Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
6. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. selaku pembimbing tunggal yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini.
7. Burhan Rifuddin, SE., M.M. Selaku penguji I
8. Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd selaku penguji II
9. Seluruh dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Madehang, S. Ag., M. Pd. Selaku Kepala Unit Perpustakaan Beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo yang telah banyak membantu, khususnya dalam pengumpulan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
11. Owner kafe al fin dengan kafe dean yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian serta pegawai-pegawai yang baik hati telah membantu penulis
12. Semua teman-temanku dan sahabat seperjuanganku jurusan Manajemen Bisnis Syariah yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu namanya yang selama ini membantu, menghibur dan menguatkan. dan senantiasa memberikan dukungan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Mudah-

mudahan bernilai ibadah buat kita semua dan mendapatkan ridho Allah Swt Amiin.

13. Teman-teman KKN angkatan XXXVIII khususnya posko Desa Sumberdadi Kecamatan Tana Lili, Rini Assa, Nita Puspita, Syaad, Sulmiati, Ayu Wandira, Asmaul Khotimah, Achmad Kurniadi, Nurul Asmaul Husna, Mahniar Anwar terimakasih banyak atas segala doa dan dukungannya.
14. Kakak tersayang saya Erwin Sahudo dan semua sepupu-sepupuku yang baik hati yang penulis tidak sempat sebut satu persatu namanya yang telah memberikan motivasi dan selama ini sudah membantu, menghibur, menguatkan serta memberikan dukungan.
15. Roy Jordi Rasyid yang selalu memberikan dukungan dan semangat penulis dalam penyelesaian skripsi.

Banyak hambatan dan kendala yang penulis hadapi, namun berkat tekad dan kerja keras serta dorongan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan walaupun dalam bentuk sederhana. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menyelesaikan skripsi ini.

Palopo, Februari 2022

Penulis,

Ersa Septiana

17 0403 0013

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba ^ʿ	B	Be
ت	Ta ^ʿ	T	Te
ث	Ša ^ʿ	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha ^ʿ	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra ^ʿ	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah

ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	„Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha ^ˆ	H	Ha
ء	Hamzah	ˆ	Apostrof
ي	Ya ^ˆ	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (ˆ).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fatḥah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>fatḥah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هَوَّلَ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>fatḥah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
وِ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*
رَمَى : *rāmā*
قِيلَ : *qīla*
يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā marbūtah* ada dua, yaitu *tā marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].sedangkantā marbūtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

: *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ

: *al-madīnah al-fādilah*

الْحِكْمَةُ

: *al-hikma*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu`ima</i>
عُدُّوْ	: <i>„aduwwun</i>

Jika huruf *kasrah* (ِ) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	
عَرَبِيٌّ	
: „Alī (bukan „Aliyy atau A`ly)	
: „Arabī (bukan A`rabiyy atau „Arabiy)	

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma''rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (") hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta''murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau''</i>
شَيْءٌ	: <i>syai''un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur‘an (dari *al-Qur‘ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba‘īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri‘āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah

Contoh:

دِينُ اللَّهِ

:*dīnullāh*

بِاللَّهِ

:*billāh*

Adapun *tā‘marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

:*hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi^āa linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī^ā al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT. = Subhanahu Wa Ta,,ala

SAW. = Sallallahu ,,Alaihi Wasallam

AS = ,,Alaihi Al-Salam

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

L = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

W = Wafat Tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS,,Imran/3: 4

HR = Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PRAKATA.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR AYAT.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitan	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	5
B. Kajian Teori	7
C. Kerangka Pikir	16

D. Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	19
C. Definisi Operasional.....	19
D. Populasi dan Sampel	20
E. Jenis dan Sumber Data.....	22
F. Teknik Pengumpulan Data.....	22
G. Teknik Analisis Data.....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Hasil Penelitian.....	29
B. Pembahasan.....	29
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR AYAT

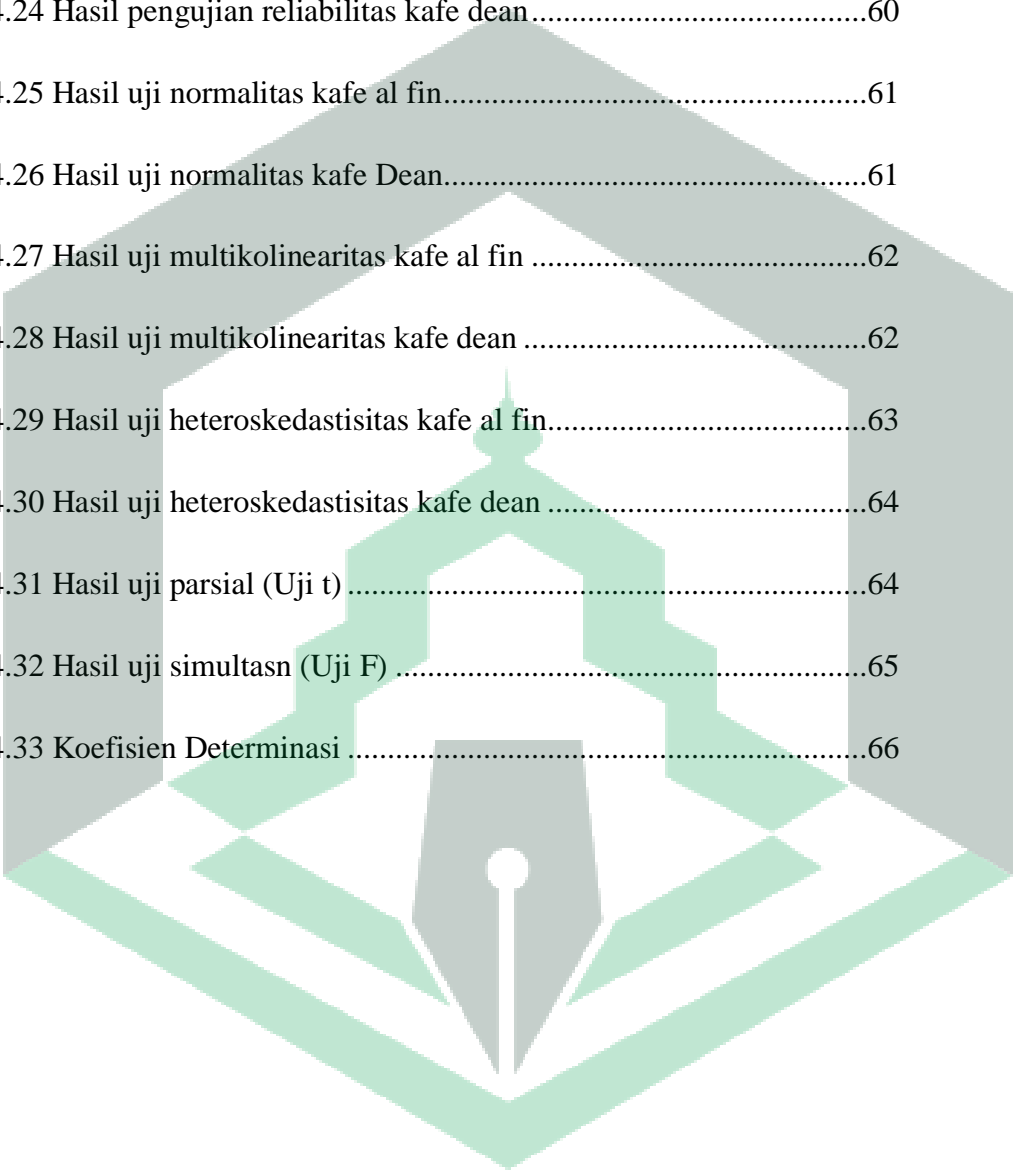
Kutipan QS. Al – Imran Ayat 130	9
Kutipan QS. Al – Imran Ayat 159	14



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala likert	22
Tabel 4.1 Karakteristik responden jenis kelamin kafe al fin	30
Tabel 4.2 Karakteristik responden jenis kelamin kafe dean	30
Tabel 4.3 Karakteristik responden umur kafe al fin	31
Tabel 4.4 Karakteristik responden umur kafe dean	31
Tabel 4.5 Karakteristik responden pekerjaan kafe al fin	32
Tabel 4.6 Karakteristik responden pekerjaan kafe dean	33
Tabel 4.7 Variabel produk kafe al fin	33
Tabel 4.8 Variabel produk kafe dean	35
Tabel 4.9 Variabel harga kafe al fin.....	36
Tabel 4.10 Variabel harga kafe dean	39
Tabel 4.11 Variabel Lokasi kafe al fin.....	41
Tabel 4.12 Variabel lokasi kafe dean.....	43
Tabel 4.13 variabel kepuasan konsumen kafe al fin.....	46
Tabel 4.14 variabel kepuasan konsumen kafe dean.....	48
Tabel 4.15 Hasil pengujian validitas produk kafe al fin	50
Tabel 4.16 Hasil pengujian validitas produk kafe dean	51
Tabel 4.17 Hasil pengujian validitas harga kafe al fin.....	52
Tabel 4.18 Hasil pengujian validitas harga kafe dean	53
Tabel 4.19 Hasil pengujian validitas lokasi kafe al fin.....	55

Tabel 4.20 Hasil pengujian validitas lokasi kafe dean.....	56
Tabel 4.21 Hasil pengujian validitas kepuasan konsumen kafe al fin	57
Tabel 4.22 Hasil pengujian validitas kepuasan konsumen kafe dean.....	58
Tabel 4.23 Hasil pengujian reliabilitas kafe al fin	59
Tabel 4.24 Hasil pengujian reliabilitas kafe dean.....	60
Tabel 4.25 Hasil uji normalitas kafe al fin.....	61
Tabel 4.26 Hasil uji normalitas kafe Dean.....	61
Tabel 4.27 Hasil uji multikolinearitas kafe al fin	62
Tabel 4.28 Hasil uji multikolinearitas kafe dean	62
Tabel 4.29 Hasil uji heteroskedastisitas kafe al fin.....	63
Tabel 4.30 Hasil uji heteroskedastisitas kafe dean	64
Tabel 4.31 Hasil uji parsial (Uji t).....	64
Tabel 4.32 Hasil uji simultan (Uji F)	65
Tabel 4.33 Koefisien Determinasi	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar Kerangka Pikir17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Identitas responden

Lampiran 2 Tabulasi responden kafe al fin

Lampiran 3 Tabulasi responden kafe dean

Lampiran 4 Dokumentasi



ABSTRAK

ERSA SEPTIANA, 2022 *“Perbandingan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kafe Al Fin dengan Kafe Dean Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu”*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.

Perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada Kafe Al Fin dengan Kafe Dean Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu. penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbandingan tingkat kepuasan konsumen yang diterapkan oleh Kafe Al Fin dengan Kafe Dean.

Metode penelitian dalam penyusunan ini menggunakan metode survey dengan menggunakan pendekatan jenis kuantitatif. Lokasi dari penelitian ini terdiri dari dua tempat yaitu kafe al fin yang terletak di Jl. H. Basmin- komp. Pasar lama - padang subur lokasi selanjutnya kafe dean yang terletak di Jl. Poros Palopo- Makassar- Padang Sappa. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang berkunjung ke kafe al fin dengan kafe dean yang jumlahnya 370 konsumen. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian konsumen yang berkunjung ke kafe al fin dan sebagian konsumen berkunjung ke kafe dean jumlah responden yang dapat diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebanyak 78 orang. 39 responden mewakili Kafe Al Fin dan 39 responden mewakili Kafe Dean. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, kuesioner (angket) dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial perbandingan tingkat kepuasan produk $0,101 > 0,05$. Perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada harga $0,036 > 0,05$ dan perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada lokasi $0,000 < 0,05$. Secara simultan terbukti produk, harga, lokasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Kata Kunci: harga, lokasi, produk, tingkat kepuasan konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner. Banyaknya usaha bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha dibidang kuliner harus mampu serta cepat dan tanggap berkembang dengan baik. Pelaku usaha harus bisa mempertahankan dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dari itu penting bagi pengusaha untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing dibidang kuliner.

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Pengusaha yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik dan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan.

Selain kualitas pelayanan harga juga mempunyai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak pengusaha bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli produk tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian.

Pengusaha yang bergerak dibidang kuliner juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat pengusaha tersebut melakukan seluruh kegiatannya. Karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan pengusaha. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan tersebut sangat puas dan senang.¹

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mampu mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanan dan minuman. Agar konsumen dapat mempertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas. Maka ia akan melakukan pembelian secara terulang-ulang.

Pada Kafe Al fin salah satu tempat nongkrong yang terletak di jl. H. Basmin- komp. Pasar lama – padang subur. Pada kafe al fin menjual berbagai jenis makanan dan minuman. Harga yang ditawarkan oleh kafe al fin juga terjangkau oleh konsumen dan variatif. Menu makanan dan minuman juga beragam, yang menjadi andalan mereka, selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik kafe ini. Terdapat beberapa pilihan kafe yang berada di sekitar kafe al fin. Banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih tempat untuk nongkrong. Pihak manajemen kafe al fin berusaha memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen. baik itu kualitas pelayanan, harga, maupun lokasi sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan harga serta lokasi yang ada di kafe al fin. Oleh karena itu berhasil tidaknya kafe al fin dalam berkomunikasi dengan pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik. Harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau pula.

Kafe Dean merupakan sebuah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yang terletak Jl. Poros palopo – Makassar – Padang Sappa. Kafe dean wajib memberikan tingkat kepuasan yang baik untuk membuat para konsumen merasa nyaman saat menyantap hidangan yang ditawarkan. Pada kafe dean ini menjual berbagai jenis makanan dan minuman. Harga yang ditawarkan oleh kafe dean juga terjangkau oleh konsumen dan variatif.

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*: Indonesia (PT Macana Jaya Cemerlang, 2007), 177

Dengan semakin banyaknya konsumen baru yang datang dan juga konsumen lama untuk terus datang berkunjung memilih kafe dean sebagai tempat nongkrong mengharuskan pemilik kafe dean meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen tersebut tidak meninggalkan kafe tersebut dan memilih kafe lain. konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang memiliki perasaan senang karena harapan terhadap produk yang di konsumsi sesuai dengan keinginannya. Fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik kafe ini. Terdapat beberapa pilihan kafe yang berada di sekitar kafe dean.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti mengambil judul tentang **Perbandingan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kafe Al fin Dengan Kafe Dean Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu.**



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang adapun rumusan masalah penelitian ini yaitu. Bagaimanakah Perbandingan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kafe Alfin dengan Kafe Dean ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perbandingan tingkat kepuasan konsumennya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dicapai dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini bermanfaat sebagai pengayaan kajian keilmuan yang memberikan bukti secara ilmiah tentang perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada kafe al fin dengan kafe dean di kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu.

2. Secara praktis

Hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu bagi masyarakat umum, bagi penulis, dan peneliti selanjutnya. Manfaat tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, diharapkan bagi penulis sendiri dapat mengetahui perbandingan tingkat kepuasan di kecamatan ponrang kabupaten luwu
- b. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan bahan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian yang relevan dengan materi dari skripsi ini.
- c. Bagi pemilik Kafe Al Fin dengan Kafe Dean agar dapat mempertahankan produk dan harga terjangkau yang telah kuat menempel dibenak pelanggan untuk menjadi kepuasan konsumen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan yang dicantumkan dalam sebuah penelitian berguna untuk membuktikan kebaruan serta keaslian dari penelitian. Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan, ada beberapa peneliti terdahulu yang mempunyai kesamaan dan berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan seputaran perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada kafe al fin dengan kafe dean, namun disisi lain tentu ada beberapa yang berbeda yang terletak pada pokok masalah yang hendak di kaji dalam penelitian ini adalah:

1. Santi Yoga Pratama dengan judul *“kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen”*. Pada tahun 2018

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Berdasarkan analisis regresi linear berganda dan uji F memberikan hasil bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka Agya Collection ponorogo harus meningkatkan kualitas produk, dan menetapkan harga yang baik.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu, penelitian tersebut membahas tentang kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan, penelitian ini membahas tentang Perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada kafe al fin dengan kafe dean padang sappa.

2. Lina Sari Situmeang dengan judul *“ Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate medan”* pada tahun 2017. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate medan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas

pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate medan, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu, penelitian tersebut membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di rumah makan istana hot plate medan. Sedangkan, penelitian ini membahas tentang Perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada kafe al fin dengan kafe dean padang sappa.

3. Erika dian nofita dengan judul penelitian *“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian pada salwa house kafe” pada tahun 2013.*

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah variabel independen dan variabel dependen. tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen salwa house. Hasil analisis menggunakan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa variabel persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu, penelitian tersebut membahas tentang Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian pada salwa house kafe. Sedangkan, penelitian ini membahas tentang Perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada kafe al fin dengan kafe dean padang sappa.

B. Kajian Teori

a. Produk

Menurut Tjiptono (2008) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperlihatkan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu:

1) Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba, disentuh, dirasa, di pegang. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang yaitu:

a) Barang tidak tahan lama (*Nondurable Goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.

b) Barang tahan lama (*Durable Goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian.

2) Jasa (Services)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Bisnis jasa sangat kompleks, karena banyak elemen yang mempengaruhinya, seperti lingkungan fisik, kontak personal, tagihan, dan pembayaran komentar dari mulai kemulut, dan sebagainya.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada konsep kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2008), yaitu:

a) Keragaman produk

Produk yang ditawarkan kepada konsumen seperti kelengkapan produk yang tersedia.

b) Rancangan atau *design*

Adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

c) Ketahanan atau daya tahan

Merupakan ukuran berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

Tujuan produk:

Adapun tujuan dari adanya sebuah produk bagi masyarakat yaitu :

1) Memenuhi kebutuhan masyarakat

Tujuan dari suatu produk tentunya untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Walaupun setiap elemen masyarakat memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Yang membuat produsen melakukan kegiatan produksi untuk menghasilkan produk supaya kebutuhan dapat terpenuhi dengan baik.

2) Memperoleh keuntungan

Dengan produk yang di jual kepada para konsumen, mengharapkan adanya keuntungan dari semua kegiatan produksi yang mereka lakukan.²

Ciri-ciri produk yang disukai konsumen

Adapun ciri-ciri produk yang disukai konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Awet dan tahan lama

Tentunya konsumen menyukai dengan produk yang tahan lama.

2. Murah

Saat ini sebagian besar konsumen menyukai produk dengan harga yang relatif murah, selain harganya yang harus terjangkau tentunya produk tersebut harus memiliki kualitas yang cukup baik.³

²M. Afif Dalma, "Pengertian Produk", 23 April 2021. <http://dosenpintar.com>

³Samhis Setiawan, "Pengertian produk", 6 September 2021. <https://www.gurupendidikan.co.id>

b. Harga

Harga dalam arti yang sempit, harga (Price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.⁴

Harga adalah suatu uraian harga yang di cantumkan pada label atau produk, penetapan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk tidak yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi. Berkenan dengan hal tersebut Allah Swt berfirman dalam surah Al –Imran/3 ayat 130.



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Ayat di atas jelas menunjukkan bahwa di dalam melakukan transaksi ekonomi tidak dibenarkan untuk mematok harga yang berlipat ganda sebagai wujud keuntungan pribadi atau perusahaan. Selain itu menurut sebuah Hadis yang diriwayatkan oleh Ahmad bin Hambal, menyatakan: “ Diriwayatkan dari Ma’bil binyasar bahwa Rasulullah Saw, bersabda yang artinya:

“ Barang siapa yang berbuat sesuatu dalam (menentukan) harga-harga orang islam agar memahalkannya, maka allah berhak menendukannya dengan tulang dari api neraka pada hari kiamat,” kemudian Ma’bal ditanya? apakah kamu mendengarnya dari Rasulullah? “ Ma’bal menjawab: “ Ya. Bahkan tidak hanya satu atau dua kali. ” (HR. Ahmad bin Hambal.

⁴Pilihip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2006), 345

Menurut Zeithaml dan Bitner (200:441), terdapat empat cara yang tepat bagi perusahaan untuk menetapkan harga produk berdasarkan nilai yang diperoleh konsumen, yaitu: sebagai berikut.

1. Nilai adalah harga yang rendah/murah. Konsumen mempersiapkan bahwa suatu produk akan bernilai jika menetapkan harga yang rendah/murah.
2. Nilai adalah segala sesuatu yang diinginkan konsumen dalam produk. Harga yang ditetapkan bukan merupakan hal utama selama konsumen mendapatkan apa yang diinginkan dari produk yang diterima, sehingga nilai dipersepsikan sebagai kualitas tertinggi dari produk.
3. Nilai adalah kualitas yang diterima konsumen dari harga yang dibayarkan. Sebagian konsumen melihat nilai sebagai suatu pertukaran yang seimbang antara uang yang dibayarkan dengan kualitas dari produk yang diperoleh.
4. Nilai ialah apa yang diperoleh dari apa yang diberikan. Akhirnya konsumen menganggap bahwa segala keuntungan yang diperoleh seperti uang, waktu, dan usaha dapat menjelaskan arti dari nilai.⁵

Menurut Tjiptono (2008), harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (Produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

⁵Ratih Hurriyanti, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 106

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada konsep harga menurut Kotler dan Keller (2009), yaitu :

a) Harga yang sesuai dengan manfaat

Konsumen membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

b) Harga produk terjangkau

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Biasanya produk ada yang termurah sampai yang termahal.

c) Persaingan harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya.

d) Kesesuaian harga dengan kualitas

Konsumen sering memilih harga yang lebih tinggi di antara dua produk karena adanya perbedaan kualitas.⁶

c. Lokasi

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual.

Menurut Tjiptono (2008) para pengusaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor, di antaranya:

a) *Akses* yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum

b) *Visibilitas* yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal

c) *Lalu lintas* ada 2 hal yang perlu diperhatikan yaitu:

⁶Desy Pemasari, Tri harsini Wahyuningsih, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Faktory Cabang Sudirman Yogyakarta", *Cakrawangsa Bisnis* Vol 1, No 1 (April 2020) : <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/127>

1. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, atau tanpa perencanaan
 2. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, atau ambulace.
- d) *Fasilitas parkir* tempat parkir yang luas, aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
 - e) *Ekspansi* yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
 - f) *Lingkungan* yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan contohnya perkantoran ataupun rumah makan.
 - g) *Kompetisi* yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.
 - h) *Peraturan pemerintah*, misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk/tempat ibadah.⁷

d. kepuasan Konsumen

Menurut kotler & Keller (2016:150) bahwa kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan produk atau hasil dengan ekspektasi. Selain itu, Kotler dan Amstrong (2012: 317) juga menyatakan bahwa kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

⁷Rustiana, edi Kurniawan, "Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Konsumen Martabak Alim", *Manajemen Pelita Bangsa* Vol. 05, No. 03, (Desember 2020) : <https://www.Jurnal.Pelitabangsa.ac.id/Index.Php/Jmpb/article/View/323>

Dimensi atau indikator dari kepuasan pelanggan dapat dilihat dari:

- a) Pembelian kembali (*re-purchase*)
- b) Menciptakan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)
- c) Menciptakan citra merek
- d) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.
Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat penting diketahui oleh suatu pengusaha yang menerapkan konsep pemasaran. Untuk keberhasilan suatu pengusaha, semua keinginan pemasaran yang dilakukan harus diarahkan untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁸

1. Keputusan pembelian konsumen

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Pengusaha biasanya tertarik pada perilaku pembelian konsumen, terutama pilihan menu mana yang akan dibeli. Harus diperhatikan bahwa konsumen juga membuat beberapa keputusan sehubungan dengan perilaku tidak membeli.⁹

2. Nilai pelanggan

Nilai pelanggan menarik dan mempertahankan pelanggan bisa menjadi tugas yang sulit. Pelanggan menghadapi kebingungan dalam memilih produk.¹⁰

Memenuhi kebutuhan pelanggan yaitu sebagai berikut:

- a) Kebutuhan, Kebutuhan manusia adalah keadaan dari perasaan kekurangan.
- b) Keinginan, keinginan merupakan kebutuhan manusia yang terbentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.

⁸Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), 89

⁹Nugroho, J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), 413

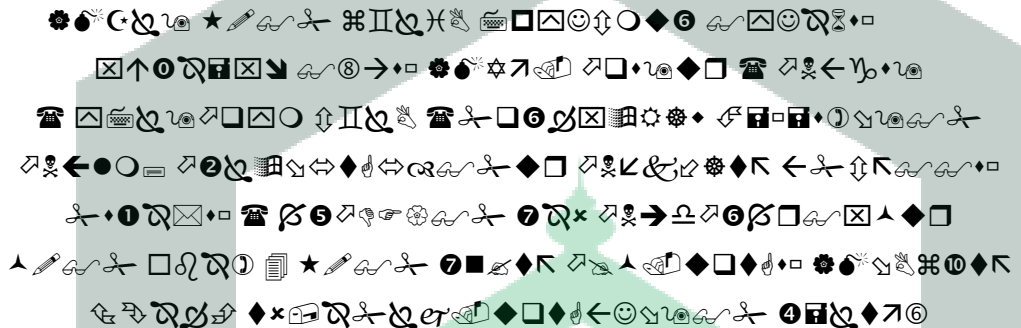
¹⁰Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 16

c) Permintaan Permintaan merupakan mengingat keinginan dan sumber dayanya, manusia menuntut manfaat produk yang memberi tambahan pada nilai dan kepuasan yang paling tinggi.¹¹

Kepuasan konsumen dalam perspektif islam

Menurut konteks kepuasan pelanggan. Interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik manusia), Allah berfirman dalam Al-Quran Surat Al-Imran Ayat 159. Allah telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan objek) dakwah/customer/pelanggan.

Allah swt berfirman :



Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. Al – Imran : 159)¹²

Seorang muslim mencapai tingkat kepuasan harus mementingkan beberapa hal, yaitu barang yang di konsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun memperolehnya, tidak bersifat israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan barang yang dikonsumsi,

¹¹Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 16

¹²Departemen Agama RI, *AL-QURAN DAN TERJEMAHNYA* (Bandung: Cv Penerbit Diponogoro, 2005), 56

tetapi didasarkan atas beberapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang di konsumsinya.¹³

Perilaku Konsumen yaitu sebagai berikut:

Tujuan utama pemasar dalam melayani dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. oleh karena itu, pemasar perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam usaha memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Menurut Engel et al (2001: 3) menyatakan bahwa ‘Perilaku konsumen adalah tindakan langsung untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.’¹⁴

Menurut Tjiptono adanya kepuasan konsumen akan memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Hubungan antara perusahaan dan para konsumen menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi lebih baik dimata konsumen
6. Laba yang diperoleh menjadi meningkat.

Zeitmal dan Bitner (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi faktor-faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

¹³ Ryan Muhammad, “Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam,” Universitas Darussalam Gontor, 2019.

¹⁴ Ratih Hurriyanti, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 67

- b. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- c. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- d. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
- e. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.¹⁵

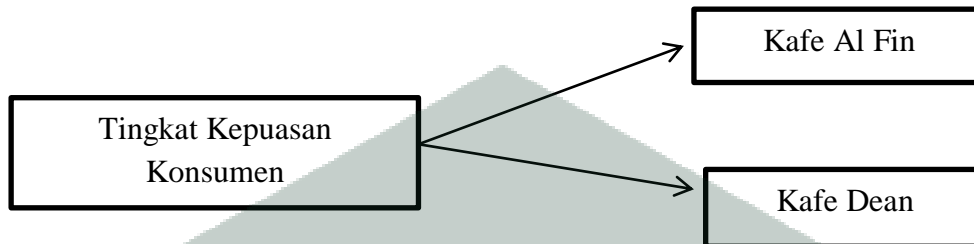
C. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.¹⁶

Kerangka fikir sebagai gambaran singkat tentang metodologi untuk mempermudah memahami permasalahan yang akan dibahas fokus dengan penelitian ini yaitu perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada kafe al fin dengan kafe dean kecamatan ponrang kabupaten Luwu adapun konsep pemikiran mengenai permasalahan yang di angkat didalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

¹⁵Erika Dian Nofita, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Pada Sawa Hause Kafe*, (Skripsi; Diponegoro: Universitas Diponegoro, 2013)

¹⁶Sugioyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 91



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Selanjutnya hipotesis akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. (Sugioyono, 2016, 96).

Berdasarkan deskripsi teori dan penelitian-penelitian tersebut dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H₀ = Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen pada kafe al fin dengan kafe dean

H₁ = Ada Perbedaan tingkat kepuasan konsumen pada kafe al fin dengan kafe dean



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Jenis Penelitian

Penelitian dalam penyusunan ini menggunakan metode survey dengan menggunakan pendekatan jenis kuantitatif dengan menggunakan metode survey yang bersumber dari data yang diberikan oleh pengunjung Kafe Al Fin dengan Kafe Dean.

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dari penelitian ini terdiri dari dua tempat yaitu Kafe Al Fin yang terletak di Jl. H. Basmin- Komp. Pasar lama- Padang Subur. Lokasi selanjutnya yaitu Kafe Dean yang terletak di JL. Poros Palopo-Makassar-Padang Sappa. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan february sampai maret 2022.

C. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:60).

Dalam penelitian ini variabel bebas (X) adalah Produk, Harga, Lokasi. Dan variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen kecamatan Ponrang kabupaten luwu.

1. Produk.

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh Kafe Al fin dengan Kafe Dean yang dikonsumsi dan dapat memuaskan suatu keinginan pelanggan atau kebutuhan.

2. Harga

Harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan untuk memperoleh sesuatu yang diharapkan konsumen pada Kafe Al fin dengan Kafe Dean oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk.

3. Lokasi

Lokasi merupakan tempat berdirinya Kafe Al fin dengan Kafe Dean, dengan adanya lokasinya mudah di temukan dan dapat dijangkau oleh para pengunjung, dan lingkungan di sekitar bersih dapat membuat pengunjung nyaman.

4. Tingkat Kepuasan konsumen

Tingkat kepuasan konsumen terjadi pada Kafe Al fin dengan Kafe Dean apabila konsumen sudah membeli produk tersebut dan merasa senang dengan apa yang sudah dinikmati mulai dari harga, desain produk.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugioyo Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Kafe Al fin dengan Kafe dean yang jumlahnya 370 konsumen.

2. Sampel

Menurut Sugioyono, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *NonProbability Sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik

pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam *Nonprobability sampling* terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya adalah *Accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai oleh peneliti. Orang yang dipilih sebagai anggota dari sampel adalah siapa saja yang kebetulan ditemukan atau yang mudah ditemui atau dijangkau tanpa ada pertimbangan apapun.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang berkunjung pada kafe al fin dengan kafe dean. Pengambilan sampel penelitian berdasarkan Pada pendekatan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Persentase tingkat kesalahan dalam penelitian menggunakan 10%(0,1)

Diketahui jumlah populasinya adalah 370 orang sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{370}{1+(370 \times 0,1)^2}$$

$$n = \frac{370}{1+(370 \times 0.01)}$$

$$n = \frac{370}{1+3,70}$$

$$n = \frac{370}{4,70}$$

$$n = 78$$

jumlah responden yang dapat diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebanyak 78 orang. 39 responden mewakili Kafe Al Fin. Dan 39 responden mewakili Kafe Dean.

E. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek adapun sumber-sumber tersebut sebagai sumber informasi. Data primer yang dimaksud adalah penyebaran angket.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara. Misalnya diperoleh dari penelitian terdahulu, literature, dan jurnal yang berhubungan dengan permasalahan penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. (Sugiyono: 308)

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data secara langsung di objek yang diteliti. Observasi ini tidak hanya dalam bentuk angket atau kuesioner, akan tetapi dapat juga berbentuk lembar ceklist, buku cetakan, foto atau video dan sejenisnya.¹⁷

¹⁷Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksprimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 28

Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.¹⁸

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁹

Data yang diolah dengan menggunakan skala likert dengan jawaban atas pertanyaan yaitu skala nilai 1-4 nilai yang dimaksud adalah skor atas jawaban-jawaban responden.

Tabel 3.1 Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
4	3	2	1

Sumber: data yang diolah, 2022

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang terkumpul atau dikumpulkan dari peristiwa masa lalu. Data dokumentasi dapat berbentuk, tulisan, gambar, karya hasil observasi dan sebagainya.

G. Teknik Analisis Data

Dalam mengolah data yang ada, setelah peneliti mengumpulkan data, baik dari lokasi penelitian maupun dari literatur-literatur lainnya dan dari hasil kepustakaan, maka peneliti menggunakan beberapa metode antara lain sebagai berikut:

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 226

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 199

1. Uji validitas

Uji Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas yaitu suatu alat ukur yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur memiliki ketepatan dan kecemasan dalam melakukan fungsi ukurannya dengan menggunakan korelasi *product moment*.

Rumus :

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{(N \sum X)^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Di mana :

X = Nilai masing-masing butir per item

Y = Nilai seluruh butir per item

N = Jumlah responden

r_{xy} = Korelasi *product moment*

2. Uji Reabilitas

Menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan, akan menghasilkan hasil yang sama pula. Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu instrument adalah rumus Spearman-Brown.

Rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \delta b^2}{\delta t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Realibilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum sb^2$ = Jumlah varians butir

δt^2 = Varians total

Dengan taraf signifikan 5%, apabila nilai $r_{11} > r$ tabel, maka kuesioner sebagai alat pengukur sudah dapat memenuhi syarat reliabilitas.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas residual

Uji normal residual pada model regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. (Gunawan, 2020)

b. Uji multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana satu atau lebih variabel bebas dapat dinyatakan sebagai kombinasi dari variabel lainnya atau terjadi tumpah tindih diantara variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Model regresi yang baik tentunya tidak ada multikolinier atau adanya korelasi diantara variabel bebas.

Untuk menguji apakah terdapat gejala multikolinieritas dilakukan dengan melihat apakah VIF (Variance Inflation Factor) lebih besar dari 5. Apabila VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya (Singgih, 2004).

c. Uji Heteroskedastitas

Uji Heteroskedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (singgih, 2003). Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau terjadi heteroskedastisitas (varian berbeda).

4. Uji hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda. Dalam analisis regresi berganda ini mempunyai variabel bebas lebih dari satu.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis antara variabel bebas marketing mix (produk, harga, promosi, dan distribusi) terhadap variabel terikat yaitu minat beli. Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 \dots\dots\dots$$

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

B₁, B₂, B₃, = Koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X).

X₁ = Produk

X₂ = Harga

X₃ = Lokasi

e = residu

b. Uji Parsial (Uji T)

Korelasi parsial dalam regresi berganda digunakan untuk melihat besarnya hubungan antara dua variabel yang bebas dari variabel lainnya, yaitu untuk menguji apakah suatu variabel terikat.

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (produk, harga, Lokasi,) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen), untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X₁, X₂, X₃ terhadap Y secara terpisah maka digunakan uji t. Rumus yang digunakan :

$$t = \frac{b_1}{sb^1}$$

Dimana :

t = nilai hitung

b_1 = nilai koefisien variabel independen (variabel X)

sb_1 = nilai standard error dari variabel independen (variabel X)

Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel.

c. Uji simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel produk, harga, mempengaruhi variabel terikatnya, yaitu kepuasan konsumen. Formula yang digunakan adalah:

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2) / (N - K - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

K = banyak variabel yang diteliti

N = banyak populasi yang diteliti

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ditolak hipotesis H_0 dan diterima H_a , ini berarti bahwa variabel X secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. dengan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka diterima H_0 dan ditolak H_a , ini berarti bahwa variabel X secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

Koefisien determinasi (r^2).

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (produk, harga, konsumen) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$R^2 = \frac{b_1 \Sigma}{\Sigma}$$

Keterangan :

R = Koefisien determinasi

X = Variabel independen

Y = Variabel

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kafe Al Fin

Kafe al fin yang berdiri sejak tanggal 20 februari 2018 yang didirikan oleh suarni siden. Kafe al fin merupakan salah satu kafe atau tempat nongkrong yang berada di Jl. H. Basmin- komp. Pasar lama-padang subur yang segi tokohnya dan tempat dekat dari pusat perbelanjaan, kantor, dan pasar. Kafe ini beroperasi setiap hari mulai pukul 14: 00 siang sampai dengan pukul 23:00 malam.

Kafe al fin menyajikan berbagai menu makanan/ minuman seperti Bakso, nasi goreng, banana roll, milo ice, grean tea dan berbagai menu lainnya. Selain itu kafe alfin selalu mengutamakan kehalalan semua bahan-bahan makanan dan semua jenis minuman meski dengan bahan-bahan lokal yang mampu bersaing dengan kafe-kafe lainnya, dengan harga yang terjangkau.

B. Gambaran Umum Kafe Dean

Kafe dean yang berdiri sejak tanggal 15juli 2019 yang didirikan oleh dedi irawan. Kafe dean merupakan salah satu kafe atau tempat nongkrong yang berada di Jl. Poros Palopo- Makaasar- Padang Sappa. Dan segi tokohnya dan tempat dekat dari pusat perbelanjaan dan sekolah. Kafe ini beroperasi setiap hari mulai pukul 16:00 siang sampai dengan pukul 23:00 malam.

Kafe dean menyajikan berbagai menu makanan/minuman seperti nasi goreng, banana roll, pisang nugget, reed velved oreo, thai tea, greantea dan berbagai menu lainnya. Selain itu kafe dean mengutamakan kehalalan dan semua bahan-bahan makanan ataupun semua jenis minuman.

C. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian dilakukan penyebaran kuesioner 78 responden yang 39 responden dari kafe Al Fin dan 39 responden dari kafe Dean. karakteristik responden yang diperoleh dari data diri terdapat pada bagian identitas responden yaitu: jenis kelamin, umur, pekerjaan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud ialah Tabel mengenai data responden berikut ini:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin pada Kafe Al Fin dapat dilihat pada table 4.1 senagai berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Kafe Al Fin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	11	28.2	28.2	28.2
	Perempuan	28	71.8	71.8	100.0
	Total	39	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Data responden berdasarkan jenis kelamin pada Kafe Dean dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Kafe Dean

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	18	45.0	46.2	46.2
	Perempuan	21	52.5	53.8	100.0
	Total	39	97.5	100.0	
Missing	System	1	2.5		
Total		40	100.0		

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Table 4.1 dan Tabel 4.2 dapat menunjukkan bahwa dari 39 responden baik di Kafe Al fin dengan Kafe Dean, responden berjenis kelamin laki maupun perempuan dapat menunjukkan hasil yang hampir sama.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Data responden berdasarkan umur pada Kafe Al fin dapat dilihat pada table 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Umur Kafe Al Fin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15-20 tahun	10	25.6	25.6	25.6
20-25 tahun	27	69.2	69.2	94.9
25-30 tahun	2	5.1	5.1	100.0
Total	39	100.0	100.0	

Sumber:Data primer yang diolah, 2022

Data responden berdasarkan umur pada Kafe Dean dapat dilihat dari Tabel4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Umur Kafe Dean

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 tahun	9	22.5	23.1	23.1
	20-25 tahun	22	55.0	56.4	79.5
	25-30 tahun	7	17.5	17.9	97.4
	40-45 tahun	1	2.5	2.6	100.0
	Total	39	97.5	100.0	
Missing	System	1	2.5		
Total		40	100.0		

Sumber:Data primer yang diolah, 2022

Tabel 4.3 dan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 39 responden baik di Kafe Al fin dengan Kafe Dean, perbandingan responden yang berumur 15-40 tahun menunjukkan hasil yang sama.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data responden berdasarkan pekerjaan pada Kafe Al Fin dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Pekerjaan Kafe Al Fin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak kerja	7	17.9	17.9	17.9
	IRT	18	46.2	46.2	64.1
	Pelaut	4	10.3	10.3	74.4
	Salon	6	15.4	15.4	89.7
	Wiraswasta	1	2.6	2.6	92.3
	Guru	1	2.6	2.6	94.9
	8	1	2.6	2.6	97.4
	9	1	2.6	2.6	100.0
	Total	39	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Data responden berdasarkan pekerjaan pada Kafe Dean dapat dilihat pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Pekerjaan Kafe Dean

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	4	10.0	10.3	10.3
	Mahasiswa	12	30.0	30.8	41.0
	tidak kerja	10	25.0	25.6	66.7
	Irt	5	12.5	12.8	79.5
	Pelaut	1	2.5	2.6	82.1
	Wiraswasta	6	15.0	15.4	97.4
	Guru	1	2.5	2.6	100.0
	Total	39	97.5	100.0	
Missing	System	1	2.5		
Total		40	100.0		

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari Tabel 4.5 dan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa 39 responden baik Kafe Al Fin dengan Kafe Dean, perbandingan responden memiliki pekerjaan Pelajar, Mahasiswa, Tidak Kerja, Irt, Pelaut, Wiraswasta, Guru di Kafe Dean.

2. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan penyebaran kuesioner 370 responden 39 responden di Kafe Al Fin dan 39 responden di Kafe Dean melalui pernyataan penyebaran kuesioner, untuk mendapatkan jawaban terhadap masing-masing variable didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana pada lampiran.

a. Deskripsi Variabel Produk

Tanggapan responden pada variable produk di Kafe Al Fin dilihat pada Tabel 4.7 dibawah sebagai berikut ialah:

Tabel 4.7 Variabel Produk Kafe Al Fin

No	Pernyataan	Skor				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Jenis dan model produk sangatlah beragam (X1.1)	9	29	1	-	39
2	Produk yang ditawarkan banyak jenis topingnya (X1.2)	7	15	17	-	39
3	Menyediakan berbagai macam ukuran (X1.3)	5	29	5	-	39
4	Varian ukuran produk sesuai dengan keinginan (X1.3)	5	31	3	-	39
5	Varian rasa produk yang ditawarkan bervariasi (X1.4)	12	25	2	-	39
6	Keindahan yang unik (X1.6)	15	24	-	-	39
7	Memiliki ukuran yang	6	20	13	-	39

	sesuai dengan keinginan (X1.7)					
8	Produk yang beragam (X1.8)	11	27	-	1	39
9	Keindahan bentuk desain (X1.9)	8	31	-	-	39
10	Menggunakan bahan berkualitas (X1.10)	24	15	-	-	39
11	Produk yang sudah terjamin (X1.11)	18	21	-	-	39
12	Memiliki bahan yang berkualitas (X1.12)	8	31	-	-	39
13	Tidak berada dimasa kadaluarsa (X1.13)	6	30	2	1	39
14	Produk tidak mudah rusak (X1.14)	4	32	3	-	39
15	Produk memiliki ketahanan relatif (X1.15)	9	14	16	-	39

Sumber: Data yang diolah, 2022

tabel di atas dapat menunjukkan bahwa 37% pengunjung setuju dan 12% pengunjung sangat setuju dengan pernyataan bahwa jenis dan produk yang disediakan oleh Kafe Al fin sangatlah beragam dan produk yang sudah terjamin.

Tanggapan responden pada Tabel variable Produk di Kafe Dean dilihat pada Tabel 4.8 dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Variabel Produk Kafe Dean

No	Pernyataan	Skor				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Jenis dan model produk sangatlah beragam (X1.1)	16	23	-	-	39
2	Produk yang ditawarkan banyak jenis topingnya (X1.2)	12	16	11	-	39
3	Menyediakan berbagai macam ukuran (X1.3)	11	24	3	1	39
4	Varian ukuran produk sesuai dengan keinginan (X1.3)	8	30	1	-	39
5	Varian rasa produk yang ditawarkan bervariasi (X1.4)	11	27	1	-	39
6	Keindahan yang unik (X1.6)	18	20	2	-	39
7	Memiliki ukuran yang sesuai dengan keinginan (X1.7)	11	25	4	-	39
8	Produk yang beragam (X1.8)	14	21	4	-	39
9	Keindahan bentuk desain (X1.9)	12	27	-	-	39

10	Menggunakan bahan berkualitas (X1.10)	15	22	-	2	39
11	Produk yang sudah terjamin (X1.11)	21	16	2	-	39
12	Memiliki bahan yang berkualitas (X1.12)	15	22	1	1	39
13	Tidak berada dimasa kadaluarsa (X1.13)	12	25	2	-	39
14	Produk tidak mudah rusak (X1.14)	7	24	8	-	39
15	Produk memiliki ketahanan relatif (X1.15)	9	17	13	-	39

Sumber: Data yang diolah, 2022

Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa 35% pengunjung setuju dan 14% pengunjung sangat setuju dengan pendapat bahwa bahwa produk yang ditawarkan banyaaj jenis topingnya yang disediakan oleh Kafe Dean .

a. Deskripsi Variabel Harga

Tanggapan responden pada variable harga di Kafe Al Fin pada Tabel 4.9 dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Variabel Harga Kafe Alfin

No	Pernyataan	Skor				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan (X2.1)	12	26	1	-	39
2	Harga tiap produk	12	25	2	-	39

	bervariasi (X2.2)					
3	Harga sesuai dengan cita rasa (X2.3)	5	32	2	-	39
4	Harga produk memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan yang lain (X2.4)	4	32	3	-	39
5	Harga sesuai dengan kualitas (X2.5)	23	16	-	-	39
6	Harga terjangkau (X2.6)	29	9	1	-	39
7	Harga bervariasi (X2.7)	8	31	-	-	39
8	Harga yang ditawarkan terjangkau (X2.8)	7	29	3	-	39
9	Harga dapat dijangkau oleh semua konsumen (X2.9)	6	33	-	-	39
10	Konsumen setuju dengan harga produk yang ditawarkan (X2.10)	6	31	2	-	39
11	Harga bersaing dengan produk lain (X2.11)	8	17	14	-	39
12	Harga yang lebih murah dibanding ditempat lain (X2.12)	5	27	7	-	39

13	Harga memenuhi harapan saya (X2.13)	13	25	1	-	39
14	Harga jelas dan dapat dimengerti (X2.14)	10	29	-	-	39
15	Informasi harga lengkap (X2.15)	25	13	1	-	39
16	Harga sesuai dengan kualitas produk (X2.16)	20	19	-	-	39
17	Harga sesuai dengan porsi (X2.17)	30	9	-	-	39
18	Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan (X2.18)	5	32	2	-	39
19	Harga bervariasi sesuai dengan kualitas produk (X2.19)	7	32	-	-	39
20	Harga sesuai dengan kualitas yang ada (X2.20)	11	27	1	-	39

Sumber: Data yang diolah, 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa 39% pengunjung setuju dan 10% pengunjung sangat setuju dengan pernyataan harga terjangkau pada Kafe Al fin.

Tanggapan responden pada Tabel variable harga di Kafe Dean pada Tabel 4.10 dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Variabel Harga Kafe Dean

No	Pernyataan	Skor				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan (X2.1)	18	27	-	-	39
2	Harga tiap produk bervariasi (X2.2)	14	24	1	-	39
3	Harga sesuai dengan cita rasa (X2.3)	19	18	2	-	39
4	Harga produk memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan yang lain (X2.4)	8	28	2	1	39
5	Harga sesuai dengan kualitas (X2.5)	17	19	2	1	39
6	Harga terjangkau (X2.6)	28	11	-	-	39
7	Harga bervariasi (X2.7)	9	29	1	-	39
8	Harga yang ditawarkan terjangkau (X2.8)	9	28	-	2	39
9	Harga dapat dijangkau oleh semua	8	28	3	-	39

	konsumen (X2.9)					
10	Konsumen setuju dengan harga produk yang ditawarkan (X2.10)	9	24	6	-	39
11	Harga bersaing dengan produk lain (X2.11)	12	23	3	1	39
12	Harga yang lebih murah dibanding ditempat lain (X2.12)	5	28	6	-	39
13	Harga memenuhi harapan saya (X2.13)	19	19	1	-	39
14	Harga jelas dan dapat dimengerti (X2.14)	13	23	3	-	39
15	Informasi harga lengkap (X2.15)	21	14	4	-	39
16	Harga sesuai dengan kualitas produk (X2.16)	20	18	1	-	39
17	Harga sesuai dengan porsi (X2.17)	24	12	3	-	39
18	Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan (X2.18)	10	27	1	1	39
19	Harga bervariasi sesuai dengan kualitas produk (X2.19)	16	22	1	-	39
20	Harga sesuai dengan	10	27	1	1	39

	kualitas yang ada (X2.20)					
--	------------------------------	--	--	--	--	--

Sumber: Data yang diolah, 2022

Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa 34% pengunjung setuju dan 15% pengunjung sangat setuju dengan pernyataan bahwa harga dapat dijangkau oleh semua konsumen bagi pengunjung.

b. Deskripsi Variabe Lokasi

Tanggapan responden pada variable lokasi di Kafe Al fin pada Tabel 4.11 dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.11 Variabel Lokasi Kafe Al Fin

No	Pernyataan	Skor				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Lokasi mudah dijangkau (X3.1)	33	6	-	-	39
2	Kondisi jalan bagus (X3.2)	25	12	2	-	39
3	Lokasi yang terdekat dan terlihat dari jalan raya (X3.3)	11	21	7	-	39
4	Lokasi mudah ditemukan (X3.4)	16	23	-	-	39
5	Tersedianya angkutan umum (X3.5)	12	26	1	-	39
6	Lokasi ditemukan dengan mudah (X3.6)	21	18	-	-	39
7	Lokasi dapat dilihat dari kejauhan (X3.7)	4	14	21	-	39

8	Lokasi cukup strategis (X3.8)	3	35	1	-	39
9	Dilihat dari tepi jalan (X3.9)	18	20	1	-	39
10	Berada di daerah keramaian (X3.10)	20	19	-	-	39
11	Lalu lintas lancar (X3.11)	24	15	-	-	39
12	Lokasi dimana terdapat masyarakat beraktivitas disekitar (X3.12)	3	34	2	-	39
13	Tidak jauh bagi anda (X3.13)	22	15	2	-	39
14	Tidak rawan kemacetan (X3.14)	12	26	1	-	39
15	Berada di jalan utama (X3.15)	4	17	15	3	39
16	Tempat parkir yang nyaaman (X3.16)	8	25	5	1	39
17	Tempat parkir yang aman (X3.17)	15	22	1	1	39
18	Tempat parkir yang luas (X3.18)	5	18	16	-	39
19	Tempat parkir keamanan cctv (X3.19)	8	27	3	1	39

20	Fasilitas dapat dinikmati (X3.20)	18	20	-	1	39
21	Berada di dekat keramaian (X3.21)	28	10	1	-	39
22	Lingkungan disekitar aman (X3.22)	5	32	2	-	39
23	Lingkungan bersih dan nyaman (X3.23)	15	24	-	-	39
24	Masyarakat disekitar cukup ramah (X3.24)	7	20	12	12	39
25	Saling berdekatan dengan pesaing (X3.25)	20	16	1	1	39

Sumber: Data yang diolah, 2022

Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju sebanyak 32% dan sangat setuju sebanyak 16% dengan pernyataan lokasi mudah dijangkau.

Tanggapan responden pada Tabel variabel Lokasi di Kafe Dean pada Tabel 4.12 dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.12 Variabel Lokasi Kafe Dean

No	Pernyataan	Skor				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Lokasi mudah dijangkau (X3.1)	30	8	1	-	39
2	Kondisi jalan bagus (X3.2)	27	10	2	-	39
3	Lokasi yang terdekat	14	25	-	-	39

	dan terlihat dari jalan raya (X3.3)					
4	Lokasi mudah ditemukan (X3.4)	20	16	3	-	39
5	Tersedianya angkutan umum (X3.5)	11	25	2	1	39
6	Lokasi ditemukan dengan mudah (X3.6)	22	16	1	-	39
7	Lokasi dapat dilihat dari kejauhan (X3.7)	9	13	17	-	39
8	Lokasi cukup strategis (X3.8)	12	26	1	-	39
9	Dilihat dari tepi jalan (X3.9)	19	19	1	-	39
10	Berada di daerah keramaian (X3.10)	13	22	4	-	39
11	Lalu lintas lancar (X3.11)	29	10	-	-	39
12	Lokasi dimana terdapat masyarakat beraktivitas disekitar (X3.12)	11	27	1	-	39
13	Tidak jauh bagi anda (X3.13)	19	18	1	1	39
14	Tidak rawan kemacetan (X3.14)	17	22	-	-	39

15	Berada dijalan utama (X3.15)	9	17	11	2	39
16	Tempat parkir yang nyaaman (X3.16)	10	27	2	-	39
17	Tempat parkir yang aman (X3.17)	13	26	-	-	39
18	Tempat parkir yang luas (X3.18)	12	18	8	1	39
19	Tempat parkir keamanan cctv (X3.19)	11	24	3	1	39
20	Fasilitas dapat dinikmati (X3.20)	18	21	-	-	39
21	Berada di dekat keramaian (X3.21)	18	17	4	-	39
22	Lingkungan disekitar aman (X3.22)	11	27	1	-	39
23	Lingkungan bersih dan nyaman (X3.23)	14	23	1	1	39
24	Masyarakat disekitar cukup ramah (X3.24)	9	22	8	-	39
25	Saling berdekatan dengan pesaing (X3.25)	10	24	4	1	39

Sumber: Data yang diolah, 2022

Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa 34% pengunjung setuju dan 15% sangat setuju dengan pernyataan bahwa lingkungan bersih dan nyaman.

c. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

Tanggapan responden pada variable lokasi di Kafe Al fin dapat Tabel 4.13 dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.13 Variabel Kepuasan Konsumen Kafe Al Fin

No	Pernyataan	Skor				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Merasa puas pada pelayanan yang diberikan	22	17	-	-	39
2	Merasa puas pada kebersihan ruangan	17	21	1	-	39
3	Pelayanan yang baik	12	27	-	-	39
4	Pelayanan yang cepat dan tepat	10	29	-	-	39
5	Pelayan yang rama	11	28	-	-	39
6	Merekomendasikan kepada teman karena produk yang dihidangkan sangat enak	12	10	17	-	39
7	Merekomendasikan kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik	5	32	2	-	39
8	Merekomendasikan kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai	9	29	1	-	39

9	Merekomendasikan kepada teman untuk berkunjung	5	30	4	-	39
10	Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain	8	30	1	-	39
11	Berminat untuk berkunjung kembali karena produk yang disajikan memuaskan	9	29	1	-	39
12	Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan	8	29	2	-	39
13	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas pengunjung yang disediakan memadai	9	29	1	-	39
14	Berminat berkunjung kembali karena harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan dengan tempat lain yang sejenis	5	31	3	-	39
15	Berminat berkunjung kembali karena sesuai harapan dan keinginan	26	12	1	-	39

Sumber: Data yang diolah, 2022

Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa 39% pengunjung setuju dan 10% sangat setuju dengan pernyataan bahwa merasa puas pada pelayanan yang diberikan.

Tanggapan responden pada variable Kepuasan Konsumen di Kafe Dean Tabel 4.14 dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.14 Variabel Kepuasan Konsumen Kafe Dean

No	Pernyataan	Skor				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
1	Merasa puas pada pelayanan yang diberikan	26	13	-	-	39
2	Merasa puas pada kebersihan ruangan	14	24	1	-	39
3	Pelayanan yang baik	9	28	2	-	39
4	Pelayanan yang cepat dan tepat	9	28	2	-	39
5	Pelayan yang rama	12	25	1	-	39
6	Merekomendasikan kepada teman karena produk yang dihidangkan sangat enak	12	18	9	-	39
7	Merekomendasikan kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik	12	26	-	1	39
8	Merekomendasikan kepada teman karena	11	28	-	-	39

	fasilitas yang disediakan memadai					
9	Merekomendasikan kepada teman untuk berkunjung	10	25	3	-	39
10	Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain	7	32	-	-	39
11	Berminat untuk berkunjung kembali karena produk yang disajikan memuaskan	16	17	6	-	39
12	Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan	9	29	1	-	39
13	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas pengunjung yang disediakan memadai	9	29	1	-	39
14	Berminat berkunjung kembali karena harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan dengan tempat lain yang sejenis	8	26	5	-	39
15	Berminat berkunjung kembali karena sesuai harapan dan	20	19	-	-	39

	keinginan					
--	-----------	--	--	--	--	--

Sumber: Data yang diolah, 2022

Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa 35% pengunjung setuju dan 14% sangat setuju dengan pernyataan bahwa berminat berkunjung kembali karena sesuai harapan dan keinginan.

3. Teknik Pengolahan Data

a. Uji Validitas

Dalam metode validitas reabilitas acuan untuk mengambil keputusan valid atau tidaknya suatu item dapat dilakukan dengan melihat nilai seluruh item alpha (α). bila nilai α seluruh bertanda positif maka item tersebut valid.

Setelah diketahui dari hasil perhitungan besarnya korelasi, kemudian dibandingkan dengan tabel “r” tabel = 0,222 dan *Product Moment a* = 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka valid
2. Jika r hitung $\leq r$ tabel, maka tidak valid

Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada berikut ini:

a. Pengujian validitas Variabel Produk

Tabel 4.15 menunjukkan seluruh instrument valid untuk digunakan sebagai instrument atau pernyataan untuk mengukur variable produk yang diteliti pada Kafe Al Fin

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	X1.1	0,648	0,222	Valid
2	X1.2	0,720	0,222	Valid
3	X1.3	0,614	0,222	Valid
4	X1.4	0,424	0,222	Valid

5	X1.5	0,357	0,222	Valid
6	X1.6	0,501	0,222	Valid
7	X1.7	0,701	0,222	Valid
8	X1.8	0,589	0,222	Valid
9	X1.9	0,497	0,222	Valid
10	X1.10	0,287	0,222	Valid
11	X1.11	0,101	0,222	Valid
12	X1.12	0,334	0,222	Valid
13	X1.13	0,405	0,222	Valid
14	X1.14	0,374	0,222	Valid
15	X1.15	0,496	0,222	Valid

Sumber: Data yang diolah,2022

Pada Tabel 4.16 menunjukkan seluruh instrument valid untuk digunakan sebagai instrument pernyataan untuk mengukur variable produk yang diteliti pada Kafe Dean.

Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	X1.1	0,704	0,222	Valid
2	X1.2	0,599	0,222	Valid
3	X1.3	0,550	0,222	Valid
4	X1.4	0,406	0,222	Valid
5	X1.5	0,503	0,222	Valid

6	X1.6	0,403	0,222	Valid
7	X1.7	0,613	0,222	Valid
8	X1.8	0,501	0,222	Valid
9	X1.9	0,526	0,222	Valid
10	X1.10	0,367	0,222	Valid
11	X1.11	0,277	0,222	Valid
12	X1.12	0,445	0,222	Valid
13	X1.13	0,448	0,222	Valid
14	X1.14	0,613	0,222	Valid
15	X1.15	0,573	0,222	Valid

Sumber: data yang diolah,2022

b. Pengujian validitas Variabel Harga

Tabel 4.17 menunjukkan seluruh instrument valid untuk digunakan sebagai instrument atau pernyataan untuk mengukur variable harga yang diteliti pada Kafe Al Fin.

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X2.1	0,167	0,222	Valid
2	X2.2	0,332	0,222	Valid
3	X2.3	0,127	0,222	Valid
4	X2.4	0,421	0,222	Valid
5	X2.5	0,162	0,222	Valid
6	X2.6	0,229	0,222	Valid

7	X2.7	0,527	0,222	Valid
8	X2.8	0,710	0,222	Valid
9	X2.9	0,299	0,222	Valid
10	X2.10	0,616	0,222	Valid
11	X2.11	0,688	0,222	Valid
12	X2.12	0,515	0,222	Valid
13	X2.13	0,627	0,222	Valid
14	X2.14	0,457	0,222	Valid
15	X2.15	0,547	0,222	Valid
16	X2.16	0,425	0,222	Valid
17	X2.17	0,345	0,222	Valid
18	X2.18	0,401	0,222	Valid
19	X2.19	0,727	0,222	Valid
20	X2.20	0,609	0,222	Valid

Sumber: data yang diolah, 2022

Tabel 4.18 menunjukkan seluruh instrument valid untuk digunakan sebagai instrument atau pernyataan untuk mengukur variable harga yang diteliti pada Kafe Dean.

Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X2.1	0,281	0,222	Valid
2	X2.2	0,306	0,222	Valid
3	X2.3	0,462	0,222	Valid

4	X2.4	0,554	0,222	Valid
5	X2.5	0,297	0,222	Valid
6	X2.6	0,348	0,222	Valid
7	X2.7	0,443	0,222	Valid
8	X2.8	0,568	0,222	Valid
9	X2.9	0,259	0,222	Valid
10	X2.10	0,473	0,222	Valid
11	X2.11	0,485	0,222	Valid
12	X2.12	0,606	0,222	Valid
13	X2.13	0,386	0,222	Valid
14	X2.14	0,324	0,222	Valid
15	X2.15	0,520	0,222	Valid
16	X2.16	0,451	0,222	Valid
17	X2.17	0,358	0,222	Valid
18	X2.18	0,420	0,222	Valid
19	X2.19	0,555	0,222	Valid
20	X2.20	0,560	0,222	Valid

Sumber: data yang diolah, 2022

c. Pengujian validitas Variabel Lokasi

Tabel 4.19 menunjukkan seluruh instrument valid untuk digunakan sebagai instrument atau pernyataan untuk mengukur variable lokasi yang diteliti pada Kafe Al Fin.

Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X3.1	0,298	0,222	Valid
2	X3.2	0,336	0,222	Valid
3	X3.3	0,390	0,222	Valid
4	X3.4	0,503	0,222	Valid
5	X3.5	0,197	0,222	Valid
6	X3.6	0,098	0,222	Valid
7	X3.7	0,419	0,222	Valid
8	X3.8	0,453	0,222	Valid
9	X3.9	0,307	0,222	Valid
10	X3.10	0,579	0,222	Valid
11	X3.11	0,070	0,222	Valid
12	X3.12	0,146	0,222	Valid
13	X3.13	0,085	0,222	Valid
14	X3.14	0,598	0,222	Valid
15	X3.14	0,425	0,222	Valid
16	X3.16	0,501	0,222	Valid
17	X3.17	0,400	0,222	Valid
18	X3.18	0,487	0,222	Valid
19	X3.19	0,531	0,222	Valid
20	X3.20	0,409	0,222	Valid

21	X3.21	0,171	0,222	Valid
22	X3.22	0,433	0,222	Valid
23	X3.23	0,481	0,222	Valid
24	X3.24	0,560	0,222	Valid
25	X3.25	0,341	0,222	Valid

Sumber: data yang diolah, 2022

Tabel 4.20 menunjukkan seluruh instrument valid untuk digunakan sebagai instrument atau pernyataan untuk mengukur variable lokasi yang diteliti pada Kafe Dean.

Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X3.1	0,143	0,222	Valid
2	X3.2	0,290	0,222	Valid
3	X3.3	0,336	0,222	Valid
4	X3.4	0,283	0,222	Valid
5	X3.5	0,431	0,222	Valid
6	X3.6	0,521	0,222	Valid
7	X3.7	0,588	0,222	Valid
8	X3.8	0,615	0,222	Valid
9	X3.9	0,497	0,222	Valid
10	X3.10	0,415	0,222	Valid
11	X3.11	0,237	0,222	Valid
12	X3.12	0,500	0,222	Valid

13	X3.13	0,209	0,222	Valid
14	X3.14	0,453	0,222	Valid
15	X3.14	0,472	0,222	Valid
16	X3.16	0,414	0,222	Valid
17	X3.17	0,462	0,222	Valid
18	X3.18	0,456	0,222	Valid
19	X3.19	0,324	0,222	Valid
20	X3.20	0,479	0,222	Valid
21	X3.21	0,370	0,222	Valid
22	X3.22	0,576	0,222	Valid
23	X3.23	0,635	0,222	Valid
24	X3.24	0,324	0,222	Valid
25	X3.25	0,338	0,222	Valid

Sumber: data yang diolah, 2022

d. Pengujian validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 4.21 menunjukkan seluruh instrument valid untuk digunakan sebagai instrument atau pernyataan untuk mengukur variable kepuasan konsumen yang diteliti pada Kafe Al Fin.

Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Y.1	0,318	0,222	Valid
2	Y.2	0,228	0,222	Valid
3	Y.3	0,515	0,222	Valid
4	Y.4	0,697	0,222	Valid

5	Y.5	0,414	0,222	Valid
6	Y.6	0,738	0,222	Valid
7	Y.7	0,479	0,222	Valid
8	Y.8	0,408	0,222	Valid
9	Y.9	0,460	0,222	Valid
10	Y.10	0,805	0,222	Valid
11	Y.11	0,512	0,222	Valid
12	Y.12	0,543	0,222	Valid
13	Y.13	0,619	0,222	Valid
14	Y.14	0,763	0,222	Valid
15	Y.15	0,120	0,222	Valid

Sumber: data yang diolah, 2022

Tabel 4.22 menunjukkan seluruh instrument valid untuk digunakan sebagai instrument atau pernyataan untuk mengukur variable kepuasan konsumen yang diteliti pada Kafe Dean.

Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Y.1	0,426	0,222	Valid
2	Y.2	0,174	0,222	Valid
3	Y.3	0,578	0,222	Valid
4	Y.4	0,723	0,222	Valid
5	Y.5	0,550	0,222	Valid
6	Y.6	0,504	0,222	Valid

7	Y.7	0,613	0,222	Valid
8	Y.8	0,614	0,222	Valid
9	Y.9	0,694	0,222	Valid
10	Y.10	0,516	0,222	Valid
11	Y.11	0,406	0,222	Valid
12	Y.12	0,653	0,222	Valid
13	Y.13	0,588	0,222	Valid
14	Y.14	0,495	0,222	Valid
15	Y.15	0,299	0,222	Valid

Sumber: data yang diolah,2022

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui hasil pengukuran variable. Satu instrument dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variable pada Kafe Al Fin dapat diringkas pada tabel 4.23 berikut ini:

Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Produk (X1)	0,60	0,755	Reliabel
Harga (X2)	0,60	0,721	Reliabel
Lokasi	0,60	0,735	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,60	0,784	Reliabel

Sumber: data yang diolah,2022

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variable tersebut dinyatakan reliable karena telah melewati batas koefisien reliabilitas sehingga untuk selanjutnya item item masing-masing konsep variable tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variable pada Kafe Dean dapat diringkas pada tabel 4.24 berikut ini:

Tabel 4.24 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Produk (X1)	0,60	0,785	Reliabel
Harga (X2)	0,60	0,772	Reliabel
Lokasi (X3)	0,60	0,794	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,60	0,800	Reliabel

Sumber: data yang diolah, 2022

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variable tersebut dinyatakan reliable karena telah melewati batas koefisien reliabilitas sehingga untuk selanjutnya item-item masing-masing konsep variable tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Persyaratan Analisa Data

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variable yang akan digunakan dalam penelitian tersebut. Data yang baik merupakan data yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas data dapat dilihat dalam hasil uji menggunakan *Kolmogorov Smirnov* (one sampel KS) dengan melihat residualnya apakah dapat berdistribusi normal atau tidak.

1) Pengujian Normalitas Kafe Al Fin

Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas Kafe Al Fin

		Unstandardized Residual
N		39
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2.47107281
Most Extreme	Absolute	.079
Differences	Positive	.079
	Negative	-.061
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data yang diolah,2022

Berdasarkan hasil Kolmogorov-Smirnov diketahui nilai signifikan untuk semua variable pada Kafe Al fin $0,200 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa data pada Kafe Al fin berdistribusi normal.

2) Pengujian Normalitas Kafe Dean

Tabel 4.26 Hasil Uji Normalitas Kafe Dean

		Unstandardized Residual
N		39
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2.41328619
Most Extreme	Absolute	.177
Differences	Positive	.078
	Negative	-.177
Test Statistic		.177
Asymp. Sig. (2-tailed)		.004 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data yang diolah,2022

Berdasarkan hasil Kolmogorov-Smirnov diketahui nilai signifikan untuk semua variable pada Kafe Dean $0,004 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa data pada Kafe Dean tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah variable-variable tersebut terdapat dalam model regresi memiliki korelasi antar variable independen. Jika terjadi korelasi maka dapat dikatakan model regresi tersebut terdapat masalah multikolinearitas. Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Hasil pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinearitas Kafe Al Fin

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Produk	.403	2.483
Harga	.301	3.321
Lokasi	.513	1.948

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data yang diolah, 2022

Nilai tolerance dari ke empat variable independen yaitu produk, harga, dan lokasi memiliki nilai di atas 0,1. Serta nilai VIF untuk variable produk, harga dan lokasi memiliki nilai lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas Kafe Dean

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Produk	.381	2.625
Harga	.299	3.341
Lokasi	.410	2.439

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data yang diolah,2022

Nilai tolerance dari ke empat variable indepenten yaitu produk, harga, dan lokasi memiliki nilai di atas 0,1. Seta nilai VIF untuk variabel produk, harga dan lokasi memiliki nilai lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.29 Hasil Uji Heteroskedastisitas Kafe Al Fin

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.393	4.150		-.577	.568
Produk	.114	.094	.300	1.207	.236
Harga	.072	.110	.189	.656	.516
Lokasi	-.071	.062	-.252	-1.144	.261

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: data yang diolah,2022

Dari uji Glejser dapat dilihat pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua variabel bebas yang digunakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variable terikat (*absolute error*).Dapat dilihat dari tingkat signifikasi dari variable produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi dari masing-masing variabel bebas tersebut lebih besar dari 0,005 sehingga persamaan regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.30 Hasil Uji Heteroskedastisitas Kafe Dean

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.256	3.927		-.575	.569
Produk	.117	.098	.314	1.192	.241
Harga	-.076	.101	-.226	-.759	.453
Lokasi	.040	.070	.144	.567	.574

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: data yang diolah, 2022

Dari uji Glejser dapat dilihat pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua variabel bebas yang digunakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (*absolute error*). Dapat dilihat dari tingkat signifikansi dari variabel produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi dari masing-masing variabel bebas tersebut lebih besar dari 0,005 sehingga persamaan regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji parsial (Uji t)

Dalam pengelolaan data menggunakan model regresi berganda, dapat dilakukan dalam beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, melalui perbandingan produk, harga, lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Dalam ujian signifikansi parsial dilakukan untuk menguji seberapa jauh perbandingan produk, harga, lokasi terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji signifikansi parsial dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4.31 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.647	4.391		-.375	.709
Produk	.174	.105	.182	1.660	.101
Harga	.245	.114	.268	2.140	.036

Lokasi	.314	.073	.441	4.313	.000
--------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data yang diolah,2022

Maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Diketahui nilai sig. untuk perbandingan produk terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,101 > 0,05$ dan nilai r Hitung $1,660 > t$ tabel $0,222$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat perbandingan produk terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Diketahui nilai sig. untuk perbandingan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,036 > 0,05$ dan nilai r hitung $2,140 > t$ tabel $0,222$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat perbandingan harga terhadap kepuasan konsumen.
- 3) Diketahui nilai sig. untuk perbandingan lokasi terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai r hitung $4,313 > t$ tabel $0,222$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat perbandingan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji simultan (Uji F)

Untuk menguji perbandingan variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan hasil uji simultan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.32 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	850.568	3	283.523	45.737	.000 ^b
Residual	458.727	74	6.199		
Total	1309.295	77			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Produk, Harga

Sumber: data yang diolah,2022

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk perbandingan produk, harga, lokasi simultan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $45,737 > f$ tabel $3,117$

sehingga disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti terdapat perbandingan produk, harga, lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur sehingga jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable independen atau atau prediktornya. Hasil uji determinasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.33 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.635	2.48978

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Produk, Harga
 Sumber: data yang diolah, 2022

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,650 hal ini mengandung arti bahwa perbandingan pengaruh variable produk, harga, lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen adalah 65,0%.

D. Pembahasan

1) Perbandingan produk pada Kafe Al Fin dengan Kafe Dean

Pada Tabel 4.7 dan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian responden dapat memberikan tanggapan setuju pada variable produk baik pada produk Kafe Al Fin dengan Kafe Dean .dalam hal tersebut terjadi pada seluruh butir item pernyataan dimana sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dan paling yang sedikit ialah pada jawaban sangat tidak setuju. Variable produk pada penelitian ini diukur melalui item pernyataan; jenis dan model produk sangatlah beragam, produk yang ditawarkan banyak jenis topingnya, menyediakan berbagai macam ukuran, variasi ukuran produk sesuai keinginan konsumen, varian rasa produk yang ditawarkan bervariasi, keindahan yang unik memiliki ukuran sesuai dengan keinginan, produk yang beragam keindahan bentuk desain menggunakan bahan berkualitas, produk sudah terjamin, memiliki jenis bahan yang berkualitas, produk yang tersedia tidak berada dimasa kadaluarsa, produk tidak mudah rusak, produk memiliki ketahanan relative lama.

Setelah di uji, hasil output Diketahui nilai sig. untuk perbandingan produk terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,101 > 0,05$ dan nilai r Hitung $1,660 > t$ tabel $0,222$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat perbandingan produk terhadap kepuasan konsumen.

Pada kafe al fin dengan kafe dean, sama-sama menyediakan produk yang ditawarkan banyak jenis topingnya. Produk yang disediakan ke dua kafe tersebut tidak ada bedanya karena kepuasan yang diperoleh ketika menikmati varian rasa produk yang ditawarkan bervariasi di kafe Al fin akan sama dengan kepuasan yang diperoleh dengan Kafe Dean.

Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2008:266) “ produk merupakan segala sesuatu yang dapat di tawarkan di pasar agar menarik perhatian atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

2) Perbandingan harga pada Kafe Al Fin dengan Kafe Dean

Pada Tabel 4.9 dan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju pada variable produk kafe Al fin sedangkan tanggapan responden di kafe Dean sebagian besar memberikan tanggapan setuju. Dalam variable harga dalam penelitian ini dapat diukur melalui pernyataan tersebut: harga sesuai dengan ,manfaat yang dirasakan, harga tiap produk bervariasi, harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan, harga produk memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan yang lain, harga sesuai dengan kualitas, harga terjangkau, harga bervariasi sesuai dengan ukuran produk, harga yang ditawarkan terjangkau oleh masyarakat, harga dapat dijangkau oleh semua konsumen, konsumen setuju dengan produk yang ditawarkan, harga yang bersaing dengan produk lai, harga yang lebih murah, harga memeuhi harapan saya, harga jelas dan sapat dimengerti, informasi harga lengkap, harga sesuai dengan kualitas produk, harga sesuai dengan porsi, harga sesuai dengan hasil yang diinginkan, harga bervariasi sesuai dengan kualitas produk, harga sesuai dengan kualitas yang ada.

Diketahui nilai sig. untuk perbandingan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,036 > 0,05$ dan nilai r hitung $2,140 > t$ tabel $0,222$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat perbandingan harga terhadap kepuasan konsumen.

Harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk.

3) Perbandingan lokasi pada Kafe Al fin dengan Kafe Dean

Pada Tabel 4.11 dan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggan setuju pada variable lokasi baik di kafe al fin maupun variable lokasi di kafe dean. Variable lokasi dalam penelitian ini dapat dikur melalui pernyataan: lokasi mudah dijangkau, kondisi jalaan bagus, lokasi yang dekat dan terlihat dari

jalan raya, lokasi mudah ditemukan, tersedianya angkutan umum, lokasi dapat ditemukan dengan mudah, lokasi dapat dilihat dari kejauhan, lokasi cukup strategis, dapat dilihat dari tepi jalan, berada didaerah keramaian, lalu lintas lancar, tidak jauh bagi anda, tidak rawan kemacetan, berada di jalan utama, memiliki tempat parker yang nyaman, mempunyai tempat parkir yang aman, mempunyai tempat parker yang luas, tempat parker memenuhi standar cctv, fasilitas dapat dinikmati oleh semua pengunjung, berada dipusat keramaian, lingkungan disekitar sangat aman, lingkungan bersih dan nyaman, masyarakat cukup ramah, fasilitas dapat dinikmati oleh semua pengunjung.

Diketahui nilai sig. untuk perbandingan lokasi terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai r hitung $4,313 > t$ tabel $0,222$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat perbandingan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

lokasi yang strategis akan menjadi salah satu keuntungan bagi suatu perusahaan karena mudah dijangkau oleh semua konsumen.

Pada kafe al fin maupun kafe dean lokasinya sama-sama strategis. Sehingga potensi untuk memperoleh pengunjung sama-sama besar, selain itu kedua kafe tersebut sama-sama mudah dijangkau mudah dilihat oleh pengunjung sama-sama bersih dan nyaman.

Lokasi sebagai tempat bagi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah peneliti lakukan tentang perbandingan tingkat kepuasan konsumen pada kafe al fin dengan kafe dean sebagai berikut:

1. Diketahui nilai sig. untuk perbandingan tingkat kepuasan produk sebesar $0,101 > 0,05$ dan nilai r hitung $1,660 > t$ tabel $0,222$ sehingga dapat disimpulkan yang berarti terdapat perbandingan tingkat kepuasan konsumen.
2. Diketahui nilai sig. untuk perbandingan tingkat kepuasan harga sebesar $0,036 > 0,05$ dan nilai r hitung $2,140 > t$ tabel $0,222$ sehingga dapat disimpulkan yang berarti terdapat perbandingan harga tingkat kepuasan konsumen.
3. Diketahui nilai sig. untuk perbandingan tingkat kepuasan lokasi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai r hitung $4,313 > t$ tabel $0,222$ sehingga dapat disimpulkan bahwa berarti terdapat perbandingan lokasi tingkat kepuasan konsumen.

B. Saran

Adapun saran-saran dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi pemilik kafe al fin dengan kafe dean senantiasa dapat lebih meningkatkan lagi meningkatkan kepuasan yang meliputi produk, harga sehingga semakin tinggi kepuasan konsumen.
2. Bagi pelanggan hendaknya selalu tanggap dengan segala kebutuhan pengunjung secara lebih cepat dan tepat, baik dalam melayani yang dibutuhkan, khususnya untuk konsumen yang kesulitan dalam mencari menu produk yang diinginkan agar mereka mendapatkan kepuasan dan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang.
3. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lengkap tentang perbandingan tingkat kepuasan konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Bandung: Alfabeta
- Armstrong, Gary. dan Philip Kotler. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Armstrong, Gary. dan Philip Kotler. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Abdurrahman, Maman. Dan Sambas Ali Muhidin. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian (Dilengkapi Aplikasi Program SPSS)*. Bandung: Cv Pustaka Setia
- Dalma, M Alif. 2020. "Pengertian Produk", <https://dosenpintar.com/pengertian-produk/> Diakses pada 23 April 2021
- Huriyanti, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Hatmawan, Aglis Andhita. Dan Slamet Riyanto. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksprimen*. Yogyakarta: Deepublish
- Huriyanti, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Utomo Pres
- Kurniawan, edi. dan Rustiana. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Konsumen Martabak Alim. *Manajemen Pelita Bangsa*. Vol 5.
- Muhammad Ryan, 2019'' *Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam*, Universitas Darussalam Gontor
- Nofita, Dian Erika. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Pada Sawa Hause Kafe*, Skripsi; Ponegoro: Universitas Diponegoro
- RI Departemen Agama, 2005. *Al- Quran dan Terjemahnya*, Bandung: Cv penerbit di ponogoro

- Setiadi, J. dan Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Sugioyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Setiawan,Samhis. 2021.“Pengertian Produk Konsep, Tingkat, Campuran, Klasifikasi,Ciri,Contoh,ParaAhli”,<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-produk/>, diakses pada 6 september 2021
- Sugioyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugioyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta





Lampiran 1

Kepada Yth konsumen kafe yang ada di Padang Sappa

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Nama : Ersa Septiana

Nim : 17 0403 0013

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Palopo

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai “**Perbandingan Produk, Harga, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Al Fin Dengan Kafe Dean Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu**”. Maka saya selaku peneliti kesediaan ibu/bapak/saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan mohon kepada ibu/bapak/saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban ibu/bapak/saudara/i karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktu.

Penulis

Ersa Septiana

17 0403 0013

KUESIONER

PERBANDINGAN PRODUK, HARGA, LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE AL FIN DENGAN KAFE DEAN KECAMATAM PONRANG KABUPATEN LUWU

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon ibu/bapak/saudara/i membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat
2. Silahkan memberikan tanda checklist (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternative pertanyaan
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternative jawaban, beri tanda (x) pada kolom salah kemudian beri tanda checklist (✓) pada kolom yang sesuai
5. Semua pertanyaan yang ada, mohon dijawabkan tanpa ada satu pun terlewatkan

III. KETERAMPILAN JAWABAN

Untuk menjawab pertanyaan berikut silahkan isi sesuai dengan pengalaman anda selama menjadi Konsumen di Kafe Al Fin dengan Kafe Dean yaitu sebagai berikut:

Keterangan	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1



Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Produk (X1)	Keragaman Produk				
	1. Jenis dan model produk sangatlah beragam				
	2. Produk yang ditawarkan banyak jenis topingnya				
	3. Menyediakan berbagai macam ukuran				
	4. Variasi ukuran produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen				
	5. Varian rasa produk yang ditawarkan bervariasi				
	Rancangan atau Desing				
	1. Keindahan yang unik				
	2. Memiliki ukuran yang sesuai dengan keinginan				
	3. Produk yang beragam				
	4. Keindahan bentuk desing				
	5. Menggunakan bahan berkualitas				
	Ketahanan atau daya tahan				
	1. Produk yang sudah terjamin				
	2. Memiliki jenis bahan yang berkualitas				
	3. Produk yang tersedia tidak berada di masa kadaluarsa				
	4. Produk tidak mudah rusak				
	5. Produk memiliki ketahan relatif				

Harga (X2)	lama				
	Harga Sesuai Dengan Manfaat				
	1. Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan				
	2. Harga tiap produk bervariasi				
	3. Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan				
	4. Harga produk memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan yang lain				
	5. Harga yang sesuai dengan kualitas				
	Harga Produk Terjangkau				
	1. Harga terjangkau				
	2. Harga bervariasi sesuai dengan ukuran produk				
	3. Harga yang ditawarkan terjangkau oleh masyarakat				
	4. Harga dapat dijangkau oleh semua konsumen				
	5. Konsumen setuju dengan harga produk yang ditawarkan				
	Persaingan Harga				
	1. Harga yang bersaing dengan produk lain				
	2. Harga yang lebih murah dibandingkan di tempat lain				
	3. Harga memenuhi harapan saya				
	4. Harga jelas dan dapat dimengerti				
	5. Informasi harga lengkap				
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitasnya				

Lokasi (X3)	1. Harga sesuai dengan kualitas produk					
	2. Harga sesuai dengan kuantitas (porsi)					
	3. Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan					
	4. Harga bervariasi sesuai dengan kualitas produk					
	5. Harga sesuai dengan kualitas yang ada					
	Akses					
	1. Lokasi mudah di jangkau					
	2. Kondisi jalan bagus					
	3. Lokasi yang dekat dan terlihat dari jalan raya					
	4. Lokasi mudah ditemukan					
	5. Tersedianya angkutan umum					
	Visibilitas					
	1. Lokasi dapat ditemukan dengan mudah					
	2. Lokasi dapat dilihat dari kejauhan					
	3. Lokasi cukup strategis					
	4. Dapat terlihat dari tepi jalan					
	5. Berada di daerah keramaian					
	Lalu Lintas					
	1. Lalu lintas lancar					
	2. Lokasi yang strategis dimana terdapat masyarakat beraktivitas disekitar					
	3. Tidak jauh bagi anda					

	4. Tidak rawan kemacetan				
	5. Berada di jalan utama				
Fasilitas Parkiran					
	1. Memiliki tempat parkir yang nyaman				
	2. Mempunyai tempat parkir yang aman				
	3. Mempunyai tempat parkir yang luas				
	4. Tempat parkir memenuhi standar keamanan seperti cctv				
	5. Fasilitas dapat di nikmati oleh semua pengunjung				
Lingkungan					
	1. Berada didekat pusat keramaian				
	2. Lingkungan di sekitar sangat aman				
	3. Lingkungan bersih dan nyaman				
	4. Masyarakat sekitar cukup ramah dan santun				
	5. Saling berdekatan dengan pesaing				
Kesesuain Harapan					
	1. Merasa puas pada pelayanan yang diberikan				
	2. Merasa puas pada kebersihan ruangan				
	3. Pelayan memberikan pelayanan yang baik				
	4. Pelayanan yang cepat dan tepat				
	5. Pelayan yang ramah				
Kesediaan Merekomendasi					

Kepuasan Konsumen (Y)	1. Merekomendasikan kepada teman karena produk yang dihidangkan sangat enak					
	2. Merekomendasikan kepada teman karenan pelayanan yang diberikan baik					
	3. Merekomendasikan kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai					
	4. Merekomendasikan kepada teman untuk berkunjung					
	5. Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain					
	Minat Berkunjung Kembali					
	1. Berminat untuk berkunjung kembali karena produk yang disajikan memuaskan					
	2. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan					
	3. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai					
	4. Berminat berkunjung kembali karena harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan dengan tempat lain yang sejenis.					
	5. Berminat berkunjung kembali karena sesuai harapan dan keinginan					

Lampiran 2

TABULASI RESPONDEN KAFE AL FIN

PRODUK

No	X1. 1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	X1 .6	X1 .7	X1 .8	X1 .9	X1 .10	X1 .11	X1 .12	X1 .13	X1 .14	X1 .15	Jmlh	
1	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	46	
2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	45	
3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	45	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	45	
5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	46	
6	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	44	
7	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	44	
8	3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3	2	43	
9	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	47	
10	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	45	
12	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	45	
13	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	45	
14	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	45	
15	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	45	
16	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	48	
17	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	46	
18	3	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	50
19	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	51
20	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	49
21	4	3	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	53
22	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	53
23	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	4	46
24	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	52
25	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	42
26	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	51

27	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	53
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	56
29	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	54
30	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	56
31	3	2	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	4	45
32	3	3	3	4	4	3	3	1	4	3	4	3	1	4	2	45
33	3	2	2	3	4	4	2	4	3	3	3	3	2	3	4	45
34	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	43
35	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	43
36	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	43
37	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	43
38	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	43
39	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	50

HARGA

N o	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	X 2. 9	X2 .10	X2 .11	X2 .12	X2 .13	X2 .14	X2 .15	X2 .16	X2 .17	X2 .18	X2 .19	X2 .20	Jmlh
1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	64
2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	65
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	65
4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	64
5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	64
6	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	64
7	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	63
8	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	63
9	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	65
10	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
11	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	66
12	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	64

13	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	64
14	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	65
15	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	62
16	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	63
17	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	61
18	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	68
19	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	69
20	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	68
21	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	67
22	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	74
23	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	62
24	4	4	3	2	4	4	3	2	3	2	3	2	4	3	4	3	4	4	3	2	63
25	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
26	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	71
27	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	72
28	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	74
29	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	72
30	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	73
31	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	4	4	3	3	2	3	3	63
32	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	69
33	4	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	60
34	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	66
35	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	63
36	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	63
37	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
38	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	64
39	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	63

LOKASI

No	X 3. 1	X 3. 2	X 3. 3	X 3. 4	X 3. 5	X 3. 6	X 3. 7	X 3. 8	X 3. 9	X 3. 10	X 3. 11	X 3. 12	X 3. 13	X 3. 14	X 3. 15	X 3. 16	X 3. 17	X 3. 18	X 3. 19	X 3. 20	X 3. 21	X 3. 22	X 3. 23	X 3. 24	X 3. 25	Jmlh	
1	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	78
2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	84
3	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	2	4	79	
4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	78	
5	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	75	
6	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	79	
7	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	78	
8	4	4	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	77	
9	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	81	
10	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	1	70	
11	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	81	
12	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	80	
13	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	78
14	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	4	4	2	3	3	4	3	4	2	3	78	
15	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	79	
16	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	78	
17	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	81	
18	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	1	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	83	
19	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	4	3	4	2	1	80	
20	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	1	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	83	
21	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	1	4	2	3	4	2	78	
22	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	93	
23	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	2	2	3	2	3	4	4	3	4	3	4	84	
24	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	86	
25	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	74	
26	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	1	4	4	3	3	3	4	82	
27	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	88	
29	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	91	
30	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	89	
31	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	2	2	3	4	3	3	3	4	71	
32	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	94	
33	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	79	
34	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	2	4	4	4	3	4	2	4	84	
35	4	4	2	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	80	
36	4	4	3	3	3	4	2	3	2	3	4	3	4	4	2	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	81	
37	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	81	
38	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	82	
39	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	86	

28	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	48
29	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
30	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	55
31	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	41
32	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	56
33	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	2	3	3	2	3	44
34	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	50
35	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	46
36	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	47
37	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	45
38	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
39	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48



25	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	55
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	46
27	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	45
28	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	45
29	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	50
30	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	48
31	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	52
32	3	2	2	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	2	44
33	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3	3	51
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
35	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	44
36	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	44
37	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	46
38	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	46
39	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	52

HARGA

No	X2. 1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	X2 .6	X3 .7	X2 .8	X2 .9	X2 .10	X2 .11	X2 .12	X2 .13	X2 .14	X2 .15	X2 .16	X2 .17	X2 .18	X2 .19	X2 .20	JMLH
1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	66
2	4	3	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	63
3	4	3	2	1	3	3	4	3	2	4	3	2	3	4	2	4	3	4	2	3	59
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	67
5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	3	2	2	4	3	3	3	3	66
6	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	66
7	4	3	4	3	1	4	4	3	3	3	1	3	4	3	4	3	3	1	4	3	61
8	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	69
9	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	73

10	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	75
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	60
12	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	55
13	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	66
14	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	67
15	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	65
16	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
17	4	2	4	3	2	4	3	1	4	2	4	2	4	2	2	4	2	3	4	1	57
18	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
19	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	69
20	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	74
21	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	73
22	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	2	4	4	70
23	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	68
24	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	65
25	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	72
26	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	62
27	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	66
28	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	63
29	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	65
30	3	4	3	3	4	4	3	1	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	65
31	3	4	3	2	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	66
32	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	61
33	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	68
34	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	75
35	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	64
36	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	62
37	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	64
38	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	64
39	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	2	4	3	2	3	4	3	4	3	63

LOKASI

No	X 3. 1	X 3. 2	X 3. 3	X 3. 4	X 3. 5	X 3. 6	X 3. 7	X 3. 8	X 3. 9	X 3. 10	X 3. 11	X 3. 12	X 3. 13	X 3. 14	X 3. 15	X 3. 16	X 3. 17	X 3. 18	X 3. 19	X 3. 20	X 3. 21	X 3. 22	X 3. 23	X 3. 24	X 3. 25	Jmlh	
1	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	79	
2	2	3	3	4	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	77	
3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	81	
4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	81	
5	3	3	3	2	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	80	
6	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	83	
7	4	4	4	4	1	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	1	82
8	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	82	
9	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	89	
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	94	
11	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	81	
12	4	2	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	71	
13	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	83	
14	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	80	
15	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	76	
16	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	81	
17	4	2	4	2	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	1	4	3	1	4	3	4	2	1	4	2	75	
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	95	
19	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	94	
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	96	
21	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	1	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	82	
22	4	4	3	2	3	3	2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	1	3	4	3	3	2	3	77	
23	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	83	
24	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	76	
25	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	91	
26	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	80	
27	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	79	
28	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	2	4	81	
29	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
30	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	4	81	
31	4	4	3	4	3	3	2	4	4	2	3	3	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	2	3	78	
32	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	2	2	3	2	3	4	4	3	3	3	4	82	
33	4	4	4	3	4	4	2	3	4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	83	
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100	
35	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	81	
36	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	79	
37	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	81	
38	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	78	
39	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	1	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	85	

28	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	47
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
30	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	2	3	4	3	4	49
31	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	2	4	49
32	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	3	2	3	46
33	4	4	3	4	3	2	4	3	2	3	2	4	3	2	4	47
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
35	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
36	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	48
37	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	48
38	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	47
39	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	50



Lampiran 4

Data Responden

Jenis kelamin Kafe AL Fin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	11	28.2	28.2	28.2
	Perempuan	28	71.8	71.8	100.0
	Total	39	100.0	100.0	

jenis kelamin Kafe Dean

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	18	45.0	46.2	46.2
	Perempuan	21	52.5	53.8	100.0
	Total	39	97.5	100.0	
Missing	System	1	2.5		
Total		40	100.0		

Umur Kafe Al Fin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 tahun	10	25.6	25.6	25.6
	20-25 tahun	27	69.2	69.2	94.9
	25-30 tahun	2	5.1	5.1	100.0
	Total	39	100.0	100.0	

Umur Kafe Dean

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 tahun	9	22.5	23.1	23.1
	20-25 tahun	22	55.0	56.4	79.5
	25-30 tahun	7	17.5	17.9	97.4
	40-45 tahun	1	2.5	2.6	100.0
	Total	39	97.5	100.0	
Missing	System	1	2.5		
Total		40	100.0		

Pekerjaan Kafe Al Fin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak kerja	7	17.9	17.9	17.9
	IRT	18	46.2	46.2	64.1
	Pelaut	4	10.3	10.3	74.4
	Salon	6	15.4	15.4	89.7
	Wiraswasta	1	2.6	2.6	92.3
	Guru	1	2.6	2.6	94.9
	8	1	2.6	2.6	97.4
	9	1	2.6	2.6	100.0
	Total	39	100.0	100.0	

Pekerjaan Kafe Dean

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pelajar	4	10.0	10.3	10.3
	mahasiswa	12	30.0	30.8	41.0
	tidak kerja	10	25.0	25.6	66.7
	Irt	5	12.5	12.8	79.5
	pelaut	1	2.5	2.6	82.1
	wiraswasta	6	15.0	15.4	97.4
	guru	1	2.5	2.6	100.0
	Total	39	97.5	100.0	
Missing	System	1	2.5		
Total		40	100.0		

Lampiran 5

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.636	2.48865

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	850.985	3	283.662	45.801	.000 ^b
	Residual	458.310	74	6.193		
	Total	1309.295	77			

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	42.2492	58.3545	48.4487	3.32442	78
Std. Predicted Value	-1.865	2.980	.000	1.000	78
Standard Error of Predicted Value	.287	1.055	.536	.177	78
Adjusted Predicted Value	41.6464	58.4172	48.4358	3.34215	78
Residual	-8.35033	5.07222	.00000	2.43969	78
Std. Residual	-3.355	2.038	.000	.980	78
Stud. Residual	-3.563	2.090	.002	1.013	78
Deleted Residual	-9.41721	5.33435	.01292	2.60870	78
Stud. Deleted Residual	-3.888	2.140	-.003	1.038	78
Mahal. Distance	.036	12.853	2.962	2.762	78
Cook's Distance	.000	.406	.018	.050	78
Centered Leverage Value	.000	.167	.038	.036	78

Lampiran 6

Uji Hipotesis

Produk

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.446	.438	3.091

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	583.343	1	583.343	61.070	.000 ^b
	Residual	725.952	76	9.552		
	Total	1309.295	77			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.943	3.919		4.578	.000
	Produk	.639	.082	.667	7.815	.000

Harga

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.530	2.828

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	701.645	1	701.645	87.756	.000 ^b
	Residual	607.650	76	7.995		
	Total	1309.295	77			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.581	4.694		.976	.332
	Harga	.668	.071	.732	9.368	.000

Lokasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.566	.560	2.734

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	741.317	1	741.317	99.194	.000 ^b
	Residual	567.978	76	7.473		
	Total	1309.295	77			

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.590	4.415		1.040	.302
	Lokasi	.535	.054	.752	9.960	.000



Lampiran

Dokumentasi penelitian pada Kafe Al fin dengan Dean

a. Pengambilan Gambar pada Kafe Al Fin



b. Pengambilan gambar pada Kafe Dean



RIWAYAT HIDUP



Ersa Septiana, lahir di Tondo Jolo Tanggal 04 September 1998. Penulis merupakan anak terakhir dari dua bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Sahudo dan ibu Erna. Saat ini penulis bertempat tinggal di dusun Tondo Jolo Desa Bassiang Kecamatan Ponrang Selatan Kabupaten Luwu, Penulis pernah menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN 309 Ujung Bassiang lulus pada tahun 2011. Lalu lanjut ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Bua Ponrang hingga tahun 2014. Ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikannya di SMK Negeri 1 Terpadu Luwu, mengambil jurusan Akuntansi dan lulus pada tahun 2017. Setelah lulus di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan di salah satu perguruan tinggi yaitu Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo dan mengambil jurusan Manajemen Bisnis Syariah.

Contact person penulis: ersaseptiana281@gmail.com