

BAB IV

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Singkat Coffe

Dalam menjalankan usaha atau bisnis diperlukan kerja keras agar mencapai kesuksesan dan tetap terus maju dan berkembang. Usaha kuliner atau yang sering disebut *Cafe* merupakan salah satu usaha yang berhasil yang banyak ditemukan di Indonesia khususnya kota Surabaya, dimana telah berjalan selama bertahun-tahun dan memiliki cita rasa masakan yang bervariasi. Usaha kuliner atau *cafe* dapat bertahan dan berkembang seperti sekarang tentu saja berkat kerja keras pemilik dan para karyawannya. Coffe Angkringan Banyu Anget merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang penyediaan pelayanan berbagai jenis makanan dan minuman. Coffe Angkringan Banyu Anget memulai bisnis kulinernya di Surabaya pada tanggal 9 Agustus 2010, pemilik Coffe Angkringan Banyu Anget bernama Ryo Ekananda. Pemilik dari Coffe Angkringan Banyu Anget ini melihat adanya peluang untuk mendirikan usaha karena adanya tempat yang berada di lokasi yang strategis. Nama Coffe Angkringan Banyu Anget dibuat Ryo Ekananda dari perpaduan kata internasional dan nasional sehingga ada kesan yang unik dan berbeda dari nama *cafe-cafe* lain. Coffe Angkringan Banyu Anget ini bermula dari coba-coba dan serba cepat didirikan sampai akhirnya kini berhasil memikat hati para

pelanggannya dan membuka cabang di Jln. Darmokali no 48 dan Jln. Embong Malang. Awalnya Coffe Angkringan Banyu Anget ini pangsa pasarnya ditujukan pada mahasiswa dan pelajar karena harga yang ditawarkan di Coffe Angkringan Banyu Anget ini sangat terjangkau sesuai dengan kantong pelajar dan mahasiswa tetapi seiring berjalannya waktu Coffe Angkringan Banyu Anget ini tidak hanya di kunjungi pelajar atau mahasiswa tetapi karyawan kantor juga. Coffe Angkringan Banyu Anget didesain dengan interiornya sangat tradisional dengan unsur kayu, bamboo, tebas serta ditambah foto-foto kota Surabaya zaman dulu seolah padu dengan meja dan kursi minimalis modern seolah menegaskan bahwa Coffe Angkringan Banyu Anget cocok dengan segala generasi, tua dan muda.

Berdirinya Coffe Angkringan Banyu Anget ini dilihat dari gaya hidup anak muda. Dimana gaya hidup memiliki hubungan yang sangat erat dengan berkunjung ke *cafe*. Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dimana gaya hidup anak muda sekarang ini senang berkunjung ke *cafe* untuk bersantai menghabiskan waktu berkumpul dengan teman-temannya sambil menikmati fasilitas serta produk yang ditawarkan di Coffe Angkringan Banyu Anget ini. Coffe Angkringan Banyu Anget memberikan kebebasan kepada konsumen untuk berlama-lama berada di *cafe* ini sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik untuk berkunjung lagi ke *cafe* ini.

2. Visi, Misi, dan Tujuan Coffe Angkringan Banyu Anget

Adapun visi, misi dan tujuan coffe Angkringan Banyu Anget adalah :

1) Visi

Menjadi *pioneer cafe-cafe* yang ada di Surabaya dan menjadi *cafe* yang sukses serta menjadi pilihan utama bagi masyarakat.

2) Misi

- a) Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.
- b) Meningkatkan ketrampilan dan disiplin waktu para karyawan dalam menjalankan tugas.
- c) Meningkatkan kerja sama diantara para karyawan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.
- d) Pengembangan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya.

3) Tujuan

- a) memberi kepuasan bagi para konsumen dengan pelayanan yang tepat.
- b) Mencari keuntungan/laba secara wajar dan berusaha meningkatkan laba yang diperoleh demi kelangsungan bertahannya usaha.
- c) Menjadi *cafe* yang mebuat terobosan baru sehingga memiliki ciri khas tersendiri atau berbeda dengan *cafe* lain.

3. Struktur organisasi coffe Angkringan Banyu Anget

Struktur organisasi sangat diperlukan pada suatu perusahaan. Struktur organisasi merupakan suatu perwujudan pola hubungan diantara fungsi-

fungsi, bagian-bagian, dan orang yang menunjukkan kedudukan, wewenang, dan tanggung jawab yang berbeda dalam suatu perusahaan. Struktur ini mengandung unsur-unsur spesialisasi kerja dalam pengambilan keputusan sehingga memberikan petunjuk tentang pemberian tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap karyawan.

a. Owner +General Manager

Adapun tugas dan tanggung jawab adalah:

- 1) Pimpinan tertinggi atas segala kegiatan yang terjadi di *cafe*.
- 2) Mengevaluasi dan menyetujui rencana kerja yang disusun oleh para manajer.
- 3) Merekrut dan mengontrol seluruh personalia/bawahan dalam *cafe*.
- 4) Mengontrol dan mengawasi agar mutu makanan dan pelayanan tetap berkualitas dan baik.
- 5) Bertanggung jawab atas kegiatan operasional sehari-hari *cafe*.
- 6) Menyelenggarakan *training course/* pelatihan baik secara teori maupun praktik kepada seluruh karyawannya.
- 7) Mengawasi pekerjaan, jam kerja ataupun absensi karyawannya.

b. Assisten Manager

Adapun tugas dan tanggung jawab adalah:

- 1) Menerima dan melaksanakan tugas yang didelegasikan oleh Manager.
- 2) Membantu manager untuk membuat program kerja.

c. Supervisor

Adapun tugas dan tanggung jawab adalah:

- 1) Menyambut setiap tamu
- 2) Mencapai target tujuan yang ditetapkan
- 3) Menanggapi keperluan konsumen
- 4) Mengecek kebersihan dalam dan luar ruangan
- 5) Memelihara kualitas operasional toko

d. Executive Chef

Adapun tugas dan tanggung jawab adalah Mengatur dan mengawasi seluruh tugas-tugas *kitchen*, khususnya dalam proses pengadaan dan pengolahan makanan sesuai dengan standart yang telah ditetapkan.

e. Kasir

Adapun tugas dan tanggung jawab adalah:

- 1) Menerima uang tunai masuk dan menyerahkan kuitansi /struk pembayaran kepada konsumen.
- 2) Melakukan pembayaran kepada bagian yang memerlukan pengeluaran kas.
- 3) Menyajikan laporan keuangan harian.

f. Barista

Adapun tugas dan tanggung jawab adalah:

- 1) Menyajikan minuman kepada konsumen sesuai dengan resepnya.
- 2) Mengikuti kebijaksanaan operasional dan prosedur Coffee Angkringan Banyu Anget.

3) Mempertahankan kebersihan tempat kerja.

g. Waiter

Adapun tugas dan tanggung jawab adalah:

- 1) Mengambil pesanan makanan dan minuman dari dapur dan menghidangkannya kepada tamu yang memesannya.
- 2) Membersihkan dan merapikan meja dan kursi, mengatur dan menyusunnya kembali seperti semula, serta menyimpulkan kembali daftar menu pada tempatnya dengan rapi.
- 3) Membantu *supervisor* dalam hal menyambut tamu dan mengantarkan tamu ke tempat duduk yang sesuai atau meja yang diinginkannya.

4. Kegiatan Operasional

a. Karyawan

Karyawan merupakan asset yang penting bagi Coffee Cangkir sebab hampir semua kegiatan café, dimulai dari menyambut tamu, mempersilahkan duduk, melayani, memasak, menyajikan, mengantar pesanan, menghitung, sampai dalam hal kebersihan, semuanya dikerjakan oleh para karyawan. Tentu saja, karyawan-karyawan tersebut terbagi dalam berbagai jabatan dengan tugas dan tanggung jawab mereka masing-masing. Oleh karena hanya karyawan yang memillii etos kerja dan keterampilan yang tinggi dan mampu

meningkatkan produktivitas usaha sehingga dapat bersaing dengan pihak lain.

Coffee Cangkir memiliki jumlah karyawan sebanyak 35 orang, yang terdiri dari:

a) Owner	= 1 orang
b) Assisten Manajer	= 1 orang
c) Supervisor	= 2 orang
d) Execitive chef	= 9 orang
e) Kasir	= 3 orang
f) Barista	= 5 orang
g) Waiter	= 5 orang

b. Waktu

Coffee Cangkir menjalankan usahanya dimulai pada pukul 11.00 WIB sampai 03.00 WIB namun pada sabtu malam Coffee Cangkir buka lebih lama yaitu sampai pukul 04.30 WIB.

c. Menu

Aneka makanan yang ditawarkan di Coffee Angkringa Banyu

Anget :

a) Nasi Kucing	Rp. 2.500,-
b) Sate Usus	Rp. 2.000,-
c) Sate Cecek	Rp. 2.000,-
d) Sate Kerang	Rp. 2.000,-
e) Sate Telur Puyuh	Rp. 2.000,-

f) Sate Rempelo Hati	Rp. 2.000,-
g) Sayap Ayam	Rp. 3.000,-
h) Kepala Ayam	Rp. 3.000,-
i) Ceker Ayam	Rp. 2.000,-
j) Tempe Mendoan	Rp. 2.000,-
k) Sosis Solo	Rp. 3.000,-
l) Tahu Bacem	Rp. 2.000,-
m) Tempe Bacem	Rp. 2.000,-
n) Dadar Jagung	Rp. 3.000,-
o) Ceker Bumbu Pedas	Rp. 6.000,-
p) Ceker Rica-Rica	Rp. 6.000,-
q) Ceker Sup	Rp. 6.000,-
r) Nasi Putih	Rp. 2.000,-
s) Kerupuk Puli	Rp. 2.000,-

Aneka minuman yang ditawarkan di Coffee Angkring Banyu

Anget :

a) Teh	Rp. 4.000,-
b) Es Teh	Rp. 5.000,-
c) Kopi Cangkir	Rp. 5.000,-
d) Kopi Jos Cangkir	Rp. 6.000,-
e) Kopi Gelas	Rp. 7.000,-
f) Kopi Jos Gelas	Rp. 8.000,-
g) Kopi Susu	Rp. 8.000,-

h) Kopi Jos Susu	Rp. 9.000,-
i) Kopi Susu Jahe	Rp. 8.000,-
j) Kopi Susu Jahe Jos	Rp. 9.000,-
k) Kopi Jahe	Rp. 8.000,-
l) Wedang Jahe	Rp. 7.000,-
m) Wedang Uwuh	Rp. 8.000,-
n) Teh Jahe	Rp. 7.000,-
o) Susu	Rp. 6.000,-
p) Susu Jahe	Rp. 7.000,-
q) Teh Susu	Rp. 7.000,-
r) Jeruk	Rp. 6.000,-
s) Sinom	Rp. 6.000,-
t) Sup Buah	Rp. 6.000,-
u) Kopi Poci	Rp. 10.000,-
v) Kopi Jos Poci	Rp. 10.000,-
w) Teh Poji	Rp. 10.000,-

d. Pelayanan

Pelayanan yang diberikan karyawan Coffee Angkringan Banyu Anget kepada para tamu adalah sebagai berikut:

- a. Menyambut para tamu yang datang dengan senyum, ramah, dan sopan agar tamu merasa senang dan dihargai.
- b. Memberi salam kepada tamu sesuai dengan waktu saat itu, seperti: selamat pagi, siang, sore, malam.

- c. Memberikan daftar menu kepada tamu
- d. Mengulangi kembali pesanan tamu dengan cepat tapi hati-hati agar tidak terjadi kesalahan.
- e. Menunjukkan bill struk pembayaran kepada tamu dan mengucapkan terima kasih setelah selesai bertransaksi.

e. Fasilitas

Fasilitas yang diberikan karyawan Coffee Angkringan Banyu Anget kepada para tamu adalah sebagai berikut:

- a. Televisi
- b. Toilet
- c. Live music (akustik) khusus pada acara kegiatan event
- d. Big Screen disediakan untuk acara khusus, seperti: nonton bareng.

B. Karakteristik Responden

1. Jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1

KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis kelamin	Frekuensi
Laki-laki	51
Perempuan	22
Jumlah	73

Sumber: data diolah (1015)

Data Tabel di atas menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih sedikit dibandingkan responden yang berjenis kelamin laki-laki.

2. Usia responden

Data lengkap mengenai jumlah responden berdasarkan usianya disajikan pada tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.2
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA

Usia	Frekuensi
18-20	25
21-25	35
26-30	13
Jumlah	73

Sumber: data diolah (2015)

Berdasarkan pada di atas dapat diketahui bahwa responden yang berusia 21-25 tahun merupakan jumlah responden terbanyak yaitu 35 orang . Responden yang berusia 18-20 tahun sebanyak 25 orang. Sedangkan reponden yang berusia 26-30 berjumlah 13orang.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Pada sub bab ini peneliti menyajikan hasil jawaban responden yang sudah tertabulasi pada lampiran skripsi ini, selain tabulasi hasil yang disajikan, maka peneliti menyejikan hasil perhitungan nilai rata-rata

1. Deskripsi variabel harga (X_1)

Deskripsi jawaban responden mengenai variabel harga (X_1) disajikan pada tabel 4.3 dibawah ini.

Tabel 4.3
DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN MENGENAI
VARIABEL HARGA (X_1)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	harga minuman caffe BA terjangkau	34	39	0	0	0
2	harga minuman caffe BA sesuai kualitas	40	32	1	0	0
3	harga makanan caffe BA bersaing dengan café lain	55	18	0	0	0
4	harga minuman caffe BA bersaing dengan café lain	42	30	1	0	0

Sumber : lampiran 2

Pada pernyataan pertama, sebanyak 34 responden menjawab sangat setuju, 39 responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan harga minuman di Coffee Angkringan Banyu Anget terjangkau.

Pada pernyataan ke dua, sebanyak 40 responden menjawab sangat setuju, 32 responden menjawab kurang setuju dan 1 responden menjawab kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan harga minuman di Coffee Angkringan Banyu Anget sangat sesuai kualitas.

Pada pernyataan ke tiga, sebanyak 55 responden menjawab sangat setuju, 18 responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan harga makanan di Coffee Angkringan Banyu Anget cukup bersaing dengan caffe lain.

Pada pernyataan ke empat, sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju, 39 responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan

bahwa pertanyaan harga minuman di Coffee Angkringan Banyu Anget cukup bersaing dengan caffe lain.

2. Deskripsi variabel lokasi (X_2)

Deskripsi jawaban responden mengenai variabel lokasi (X_2) disajikan pada tabel 4.4 dibawah ini.

Tabel 4.4

DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN MENGENAI VARIABEL LOKASI (X_2)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Lokasi tempat parker	52	21	0	0	0
2	Lokasi caffe BA strategi	55	18	0	0	0
3	Akses transportasi menuju coffe mudah dijangkau	55	16	2	0	0
4	Lokasi caffee BA terjangkau	63	10	0	0	0

Sumber : lampiran 2

Pada pernyataan pertama, sebanyak 52 responden menjawab sangat setuju, 21 responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan lokasi tempat parkir tidak begitu bagus.

Pada pernyataan ke dua, sebanyak 55 responden menjawab sangat setuju, 18 responden menjawab. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan lokasi atau tempat Coffee Angkringan Banyu Anget cukup strategis.

Pada pernyataan ke tiga, sebanyak 55 responden menjawab sangat setuju, 16 responden menjawab setuju dan 2 responden menjawab kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan akses

transportasi ke Coffee Angkringan Banyu Anget sangat cukup mudah terjangkau.

Pada pernyataan ke empat, sebanyak 63 responden menjawab sangat setuju, 10 responden menjawab. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan lokasi Coffee Angkringan Banyu Anget sangat cukup terjangkau.

3. Deskripsi variabel promosi (X_3)

Deskripsi jawaban responden mengenai variabel promosi (X_3) disajikan pada tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5
DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN MENGENAI
VARIABEL PROMOSI (X_3)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	papan nama coffe mudah diketahui tempatnya	43	28	2	0	0
2	memperoleh info caffe BA dari orang lain	37	36	0	0	0
3	memperoleh info caffe BA dari media online	38	34	1		0
4	memperoleh info caffe BA dari event-event	43	26	4	0	0

Sumber : lampiran 2

Pada pernyataan pertama, sebanyak 43 responden menjawab sangat setuju, 28 responden menjawab setuju dan 2 responden menjawab kurang seetuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan papan nama caffee cukup mudah diketahui.

Pada pernyataan ke dua, sebanyak 37 responden menjawab sangat setuju, 36 responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan info Coffee Angkringan Banyu Anget dari orang lain cukup mempengaruhi.

Pada pernyataan ke tiga, sebanyak 38 responden menjawab sangat setuju, 34 responden menjawab setuju dan 1 responden menjawab kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan info Coffee Angkringan Banyu Anget dari media online cukup mempengaruhi.

Pada pernyataan ke empat, sebanyak 43 responden menjawab sangat setuju, 26 responden menjawab setuju dan 4 responden menjawab kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan info Coffee Angkringan Banyu Anget dari kegiatan event-event sangat cukup mempengaruhi.

4. Deskripsi variabel gaya hidup (X_4)

Deskripsi jawaban responden mengenai variabel gaya hidup (X_4) disajikan pada tabel 4.6 dibawah ini.

Tabel 4.6

DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN MENGENAI VARIABEL GAYA HIDUP (X_4)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	berkumpul ke coffe BA karena teman	64	9	0	0	0
2	tertarik coffe banyu anget dibanding coffe lainnya	71	2	0	0	0
3	coffe banyu anget cocok bagi usia muda.remaja.tua	66	7	0	0	0

Sumber : lampiran 2

Pada pernyataan pertama, sebanyak 64 responden menjawab sangat setuju, 9 responden menjawab. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan berkumpul ke coffee karena teman sangat cukup bagus.

Pada pernyataan ke dua, sebanyak 71 responden menjawab sangat setuju, 2 responden menjawab. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan tertarik ke Coffee Angkringan Banyu Anget dari pada coffee yang lain sangat cukup bagus.

Pada pernyataan ke tiga, sebanyak 66 responden menjawab sangat setuju, 7 responden menjawab. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan Coffee Angkringan Banyu Anget cocok bagi segala usia sangat cukup bagus.

5. Deskripsi variable minat berkunjung kembali (Y)

Deskripsi jawaban responden mengenai variabel minat berkunjung kembali (Y) disajikan pada tabel 4.7 dibawah ini

Tabel 4.7

DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN MENGENAI VARIABEL MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (Y)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	mengajak teman untuk berkunjung ke coffe BA	54	14	5	0	0
2	pelayanannya coffe BA sangat ramah	41	30	2	0	0
3	tempat yang nyaman untuk mengisi kekosongan	44	28	1	0	0
4	berkunjung kembali karena harganya terjangkau	43	30	0	0	0

Sumber : lampiran 2

Pada pernyataan pertama, sebanyak 54 responden menjawab sangat setuju, 14 responden menjawab setuju dan 5 responden menjawab kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan mengajak teman untuk berkunjung ke coffee cukup bagus.

Pada pernyataan ke dua, sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju, 30 responden menjawab setuju dan 2 responden menjawab kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan pelayanan yang ramah Coffee Angkringan Banyu Anget sangat cukup bagus.

Pada pernyataan ke tiga, sebanyak 44 responden menjawab sangat setuju, 28 responden menjawab setuju dan 1 responden menjawab kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan tempat yang nyaman untuk kembali ke Coffee Angkringan Banyu Anget sangat cukup bagus.

Pada pernyataan ke empat, sebanyak 43 responden menjawab sangat setuju, 30 responden menjawab. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan kembali Coffee Angkringan Banyu Anget harga cukup terjangkau.

C. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas adalah tahapan yang paling penting dalam proses kegiatan pengukuran penelitian, karena dengan uji validitas ini akan diketahui seberapa jauh ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi pengukuran, uji validitas juga akan menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur, pada penelitian ini sebelum angket

disebar pada proyek sesungguhnya yang akan diteliti, terlebih dahulu akan diuji tingkat validitasnya dengan menggunakan 30 orang responden sebagai wakil yang memiliki ciri-ciri (karakteristik) yang sama dengan responden obyek yang akan diteliti, dengan syarat menggunakan taraf signifikansi angka kritik nilai r , dalam penelitian ini jumlah responden yaitu 30 orang , maka jalur yang dilihat pada tabel angka kritik nilai r pada baris ke 30 sebesar 0,349 dengan taraf signifikansi 5%,

Pada proses dari uji validitas dan reliabilitas kuesioner yang peneliti lakukan adalah uji instrumen penelitian yang telah disusun dan melakukan pengujian angket terlebih dahulu untuk menilai validitasnya secara empirik ,dalam proses ini peneliti akan melakukan uji validitas dan reliabilitas setiap butir instrumen, maka untuk mengawali dilakukan uji coba angket awal, dengan sasaran 30 orang dari 73 responden yang akan diteliti, kemudian data yang diperoleh dari responden, dilakukan dengan mengkorelasi skor setiap butir soal. Setelah itu peneliti akan mengetahui tingkat validitas angket yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, dan sekaligus diketahui tingkat reliabilitinya yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran terhadap aspek yang sama pada alat ukur yang sama disebut *internal consistency reliability*.

berikut ini hasil uji validitas dan reliabilitas akan disajikan pada tabel 4.8

Tabel 4.8

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

variabel	Validitas				Reliabilitas		
	indikator	r hitung	r table	Ket	Alpha	Reliabilitas Minimum	Ket
X1	X1.1	1	0,349	Valid	0,935	0,9	Reliabel
	X1.2	0,483	0,349	Valid	0,934	0,9	Reliabel
	X1.3	0,460	0,349	Valid	0,935	0,9	Reliabel
	X1.4	0,788	0,349	Valid	0,935	0,9	Reliabel
X2	X2.1	0,592	0,349	Valid	0,933	0,9	Reliabel
	X2.2	0,513	0,349	Valid	0,934	0,9	Reliabel
	X2.3	0,483	0,349	Valid	0,934	0,9	Reliabel
	X2.4	0,540	0,349	Valid	0,933	0,9	Reliabel
X3	X3.1	0,529	0,349	Valid	0,933	0,9	Reliabel
	X3.2	0,405	0,349	Valid	0,936	0,9	Reliabel
	X3.3	0,447	0,349	Valid	0,935	0,9	Reliabel
	X3.4	0,500	0,349	Valid	0,936	0,9	Reliabel
X4	X4.1	0,529	0,349	Valid	0,937	0,9	Reliabel
	X4.2	0,561	0,349	Valid	0,933	0,9	Reliabel
	X4.3	0,493	0,349	Valid	0,935	0,9	Reliabel
Y	Y.1	0,568	0,349	Valid	0,933	0,9	Reliabel
	Y.2	0,447	0,349	Valid	0,935	0,9	Reliabel
	Y.3	0,370	0,349	Valid	0,954	0,9	Reliabel
	Y.4	0,483	0,349	Valid	0,935	0,9	Reliabel

Sumber : data diolah dari data primer dengan SPSS 17 for windows

D. Pengujian Hipotesis

Pada sub bab peneliti akan menguraikan analisa data sesuai dengan teknik analisis yang dijelaskan pada bab 3 yaitu

- 1) Pengujian persamaan regresi linier berganda
- 2) Pengukuran koefisien korelasi dan determinasi simultan
- 3) Uji F
- 4) Uji t
- 5) Pengujian hipotesis ke 3

Semua tehnik analisa di atas diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS ver 17, hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa dengan menggunakan bantuan program komputer, hasil yang diperoleh lebih akurat selain itu program komputer dapat mengolah lebih cepat dibandingkan dengan perhitungan manual, adapun penjelasan atau uraian tehnik analisis berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS disajikan dibawah ini.

1. Persamaan regresi linier berganda

Persamaan regresi linier berganda menunjukkan pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, hasil pengolahan data perhitungan data SPSS mengenai persamaan regresi linier berganda disajikan pada lampiran 4.9 di bawah ini.

Tabel 4.9

PERHITUNGAN SPSS PERSAMAAN REGRESI LINIER
BERGANDA

Variabel	Koefisiensi regresi	t hitung	t tabel	Sig	r^2 parsial
Konstanta	.714	.444	1.667	.659	
Harga (X_1)	.004	.027	1.667	.978	-.043
Lokasi (X_2)	.218	1.503	1.667	.137	.128
Promosi (X_3)	.061	.625	1.667	.534	.116
Gaya hidup (X_4)	.518	2.308	1.667	.024	.264
R	.322				
R_{square}	.104				
F hitung	3.625				
F tabel	2,05				
Sig	.010				

Sumber : lampiran 3 dan 4

Berdasarkan nilai koefisien regresi pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang tersusun adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

$$Y = 0,714 + 0,004 X_1 + 0,218 X_2 + 0,061 X_3 + 0,518 X_4$$

Persamaan di atas jika dijabarkan menurut koefisien regresi maka artinya sebagai berikut.

a. $\beta_0 = 0,714$

Nilai konstanta sebesar 0,714 menunjukkan bahwa jika diasumsikan nilai variabel bebas yang terdiri dari harga, lokasi, promosi dan gaya hidup adalah variabel minat berkunjung kembali

b. $\beta_1 = 0,004$

Nilai koefisien regresi variabel harga adalah sebesar 0,004 nilai ini menunjukkan bahwa nilai variabel bebas yang lain sama dengan nol, jika terjadi kenaikan nilai variabel harga sebesar 1 satuan maka nilai variabel minat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 0,004 satuan

c. $\beta_2 = 0,218$

Nilai koefisien regresi variabel lokasi adalah sebesar 0,218 nilai ini menunjukkan bahwa nilai variabel bebas yang lain sama dengan nol, jika terjadi kenaikan nilai variabel lokasi

sebesar 1 satuan maka nilai variabel minat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 0,218 satuan

d. $\beta_3 = 0,061$

Nilai koefisien regresi variabel promosi adalah sebesar 0,061 nilai ini menunjukkan bahwa nilai variabel bebas yang lain sama dengan nol, jika terjadi kenaikan nilai variabel promosi sebesar 1 satuan maka nilai variabel minat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 0,061 satuan.

e. $\beta_4 = 0,518$

Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup adalah sebesar 0,518 nilai ini menunjukkan bahwa nilai variabel bebas yang lain sama dengan nol, jika terjadi kenaikan nilai variabel gaya hidup sebesar 1 satuan maka nilai variabel minat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 0,518 satuan.

2. Koefisien korelasi dan determinasi simultan

Koefisiensi korelasi digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dan terikat, jangkauan nilai R adalah berkisar antara 0 dan 1, semakin mendekati 1 berarti hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat semakin kuat, dan jika semakin mendekati 0 berarti hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat semakin lemah atau bahkan tidak ada sama sekali. Jika nilai R (korelasi) tersebut bernilai positif maka hal ini merespondenkan bahwa jika terjadi peningkatan nilai pada variabel bebas

maka akan menyebabkan peningkatan nilai pada variabel terikat, artinya terjadi hubungan yang searah antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tetapi jika nilai R (korelasi) tersebut bersifat negatif maka hubungan yang terjadi adalah hubungan yang berbalik arah, hubungan berbalik arah tersebut mengandung makna bahwa jika terjadi peningkatan nilai pada variabel bebas secara bersama-sama maka akan menyebabkan penurunan nilai pada variabel terikat, begitu pula sebaliknya jika terjadi penurunan nilai pada variabel bebas secara bersama-sama maka akan menyebabkan peningkatan nilai pada variabel terikat.

Hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,322 nilai ini tentu saja mendekati angka 1, bisa dibayangkan hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari harga, lokasi, promosi dan gaya hidup secara serempak memiliki hubungan yang cukup erat terhadap variabel terikat yaitu minat berkunjung kembali.

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk menghitung kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan variabel tergantung akibat variasi variabel bebas, bila R^2 makin mendekati 1 atau 100% berarti semakin baik model regresi tersebut dalam menjelaskan variabilitas variabel tergantung

Nilai koefisien determinasi pada SPSS dilambangkan dengan nilai R_{square} pada hasil perhitungan SPSS tersebut dapat diketahui bahwa nilai R_{square} adalah 0,104 artinya bahwa proporsi variabel minat berkunjung

kembali yang mampu dipengaruhi oleh variabel bebas yang terdiri dari harga, lokasi, promosi dan gaya hidup dalam sebesar 10,4% tentu saja nilai ini cukup pengaruh dalam mempengaruhi variabel minat berkunjung kembali.

3. Pengujian Hipotesis uji F

Hipotesa 1 yang berbunyi diduga variabel harga (X_1), lokasi (X_2), promosi (X_3) dan gaya hidup (X_4) secara bersama sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali dalam minat berkunjung kembali Coffee Angkringan Banyu Anget , hipotesis ini dibuktikan dengan menggunakan uji F

Seperti yang telah dijelaskan pada bab III, bahwa uji F merupakan uji signifikansi yang dipergunakan untuk menguji signifikansi hubungan atau pengaruh antara variabel bebas secara bersama sama terhadap variabel terikat , artinya Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas yang terdiri dari harga, lokasi, promosi dan gaya hidup secara bersama sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali

Pertama tama kita harus menetapkan terlebih dahulu hipotesa statistiknya yang terdiri dari H_0 dan H_1 , dimana rumusannya adalah sebagai berikut

a. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$

Persamaan diatas mengandung arti bahwa variabel bebas yang terdiri dari harga, lokasi, promosi dan gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali

$$b. \quad H_i : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$$

Persamaan diatas mengandung arti bahwa variabel yang terdiri dari harga, lokasi, promosi dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali.

Setelah dirumuskan hipotesa alternatifnya maka harus diketahui kriteria penolakan atau penerimaan H_0 dan H_i tersebut

- H_0 ditolak dan H_i diterima jika F hitung $> F$ tabel
- H_0 diterima dan H_i ditolak jika F hitung $\leq F$ tabel

Dimana nilai F hitung diperoleh dari perhitungan SPSS, sedangkan F tabel ditentukan dari F tabel , caranya adalah sebagai berikut .

Diketahui $\alpha = 5\%$ maka kita cari tabel F 5%

Berikut ini adalah tabel 4.10 dari hasil perhitungan SPSS.

Tabel 4.10

PERHITUNGAN F HITUNG DARI HASIL PERHITUNGAN SPSS

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	32.352	4	8.088	3.625	.010 ^a
Residual	151.730	68	2.231		
Total	184.082	72			

pada tabel F tersebut kolom cari $df_1 = k = \text{jumlah variabel bebas} = 4$

Pada tabel F tersebut pada baris cari $df_2 = n-k-1=100-4-1=95$

Nilai F terletak pada baris dan kolom tersebut yaitu 2,50

Berdasarkan nilai pengolahan dan perhitungan Uji F oleh SPSS dapat diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 13.052 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai F hitung tersebut lebih besar dibandingkan F tabel = 2,50 dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05 maka **Ho ditolak dan Hi diterima** hal ini berarti bahwa seluruh variabel bebas yakni harga, lokasi, promosi dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat berkunjung kembali.

4. Pengujian Hipotesis ke2 Uji t

Uji t merupakan uji signifikan yang dipergunakan untuk menguji signifikansi hubungan atau pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, artinya uji t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas yang terdiri dari harga, lokasi, promosi dan gaya hidup secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali. Berikut ini adalah tabel 4.11 dari hasil perhitungan SPSS

Tabel 4.11
 PERHITUNGAN t_{hitung} DARI HASIL PERHITUNGAN SPSS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1(Constant)	.714	1.609		.444	.659			
X1	.004	.136	.003	.027	.978	-.043	.003	.003
X2	.218	.145	.175	1.503	.137	.128	.179	.173
X3	.061	.098	.073	.625	.534	.116	.076	.072
X4	.518	.224	.276	2.308	.024	.264	.270	.265

a. Dependent Variable: Y

Pertama kita harus menetapkan terlebih dahulu hipotesa statistiknya yang terdiri dari H_0 dan H_1 , dimana rumusnya sebagai berikut :

- $H_0: b_1/b_2/b_3/b_4=0$

Persamaan diatas mengandung arti bahwa variabel tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali

- $H_1: b_1/b_2/b_3/b_4 \neq 0$

- Persamaan diatas mengandung arti bahwa variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali

sesudah dirumuskan hipotesa alternatifnya maka harus diketahui kriteria penolakan atau penerimaan H_0 dan H_1 tersebut

- H_0 ditolak dan H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

- H_0 diterima jika H_1 ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Karena sifat uji t tersebut maka pengujian dilakukan satu persatu uraian lengkap disajikan di bawah ini .

a. Variabel harga (X_1)

Berdasarkan hasil pengolahan dan perhitungan uji t oleh SPSS dapat diketahui bahwa nilai t hitung adalah sebesar 0,027 dengan nilai signifikansi sebesar 0,978

Nilai t hitung tersebut lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 1.667 maka hal ini berarti bahwa variabel harga tidak terlalu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali.

b. Variabel lokasi (X_2)

Berdasarkan hasil pengolahan dan perhitungan uji t oleh SPSS dapat diketahui bahwa nilai t hitung adalah sebesar 1,503 dengan nilai signifikansi sebesar 0,137.

Nilai t hitung tersebut lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 1.667 maka hal ini berarti bahwa variabel lokasi tidak terlalu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali.

c. Variabel promosi (X_3)

Berdasarkan hasil pengolahan dan perhitungan uji t oleh SPSS dapat diketahui bahwa nilai t hitung adalah sebesar 0,625 dengan nilai signifikansi sebesar 0,534.

Nilai t hitung tersebut lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 1.667 maka hal ini berarti bahwa variabel promosi tidak terlalu memiliki

pengaruh yang terlalu signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali

d. Variabel gaya hidup (X_4)

Berdasarkan hasil pengolahan dan perhitungan uji t oleh SPSS dapat diketahui bahwa nilai t hitung adalah sebesar 2,308 dengan nilai signifikansi sebesar 0,024,

Nilai t hitung tersebut lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1.667 hal ini berarti bahwa variabel gaya hidup pengaruh cukup signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali.

5. Pengujian Hipotesis ke 3

Hipotesis ke 3 berbunyi di variabel gaya hidup (X_4) merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali Coffee Angkringan Banyu Anget , pengujian hipotesis ini menggunakan koefisien korelasi dan determinasi parsial

Seperti halnya fungsi koefisien korelasi dan determinasi simultan , koefisien korelasi dan determinasi parsial juga memiliki fungsi yang sama, perbedaannya hanya terletak pada jumlah variabel bebasnya jika pada koefisien korelasi dan determinasi simultan, semua variabel bebas diukur sebagai 1 variabel bebas secara bersama-sama maka pada koefisien korelasi dan determinasi parsial , hubungan variabel bebas dan variabel terikat diukur berdasarkan secara individu atau parsial.

Variabel harga (X_1) memiliki koefisien korelasi sebesar 0,207 artinya hubungan antara variabel harga terhadap minat berkunjung

kembali adalah tidak terlalu erat , nilai koefisien determinasi parsial adalah sebesar $(0,207)^2 = 0,043$ artinya pengaruh variabel harga secara parsial terhadap minat berkunjung kembali adalah sebesar 4,3%

Variabel lokasi (X_2) memiliki koefisien korelasi sebesar 0,35 artinya hubungan antara variabel lokasi terhadap minat berkunjung kembali adalah tidak terlalu erat , nilai koefisien determinasi parsial adalah sebesar $(0,35)^2 = 0,128$ artinya pengaruh variabel harga secara parsial terhadap minat berkunjung kembali adalah sebesar 12,8%

Variabel promosi (X_3) memiliki koefisien korelasi sebesar 0,34 artinya hubungan antara variabel promosi terhadap minat berkunjung kembali adalah tidak terlalu erat , nilai koefisien determinasi parsial adalah sebesar $(0,34)^2 = 0,116$ artinya pengaruh variabel harga secara parsial terhadap minat berkunjung kembali adalah sebesar 11,6%

Variabel gaya hidup (X_4) memiliki koefisien korelasi sebesar 0,51 artinya hubungan antara variabel gaya hidup terhadap minat berkunjung kembali adalah cukup erat , nilai koefisien determinasi parsial adalah sebesar $(0,51)^2 = 0,263$ artinya pengaruh variabel harga secara parsial terhadap minat berkunjung kembali adalah sebesar 26,4%

Dengan demikian karena variabel gaya hidup (X_4) memiliki nilai koefisiensi determinasi parsial tertinggi diantara variabel yang lain, maka variabel gaya hidup (X_4) dinyatakan sebagai variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali .

E. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel harga, lokasi, promosi dan gaya hidup ternyata secara bersama sama memiliki hubungan yang erat terhadap minat berkunjung kembali , hal ini terbukti dari nilai koefisiensi yaitu sebesar 0,322 sedangkan nilai proporsi pengaruh variabel bebas tersebut yang dipresentasikan oleh nilai R_{square} menunjukkan nilai sebesar 0,104 , nilai tersebut mengandung arti bahwa 10,4% perubahan yang terjadi pada variabel minat berkunjung kembali mampu dijelaskan oleh perubahan yang terjadi pada variabel bebas secara bersama-sama terhadap minat berkunjung kembali dimana mayoritas dari responden menyatakan setuju dalam menanggapi pertanyaan mengenai harga, lokasi, promosi, dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Coffee Angkringan Banyu Anget dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa variabel bebas yang terdiri dari harga, lokasi, promosi dan gaya hidup secara bersama-sama mempengaruhi terhadap minat berkunjung kembali ke Coffee Angkringan Banyu Anget. Hasil analisis koefisiensi korelasi ini didukung oleh hasil uji F, dimana nilai F hitung yang diperoleh sebesar 3,625 dengan nilai signifikansi 0,010 hal ini berarti bahwa variabel bebas yang terdiri dari harga, lokasi, promosi dan gaya hidup memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat berkunjung kembali.

Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dari semua variabel, variabel harga adalah

variabel yang berpengaruh paling kecil. Hal ini bahwa harga merupakan faktor yang paling fleksibel, harga yang murah akan memberi kepuasan kepada konsumennya, namun sebagian responden menganggap bahwa harga mahal bukan masalah jika kualitas yang dihasilkan melebihi ekspektasi konsumen dan selanjutnya menciptakan kepuasan pelanggan.

Lokasi secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini dikarenakan lokasi Coffe Angkringan Banyu Anget yang sudah strategis dan akses transportasi untuk menuju coffe mudah, karena berada diantara kampus-kampus. Sehingga yang menjadikan Coffe Angkringan Banyu Anget sebagai alternative pilihan untuk dikunjungi.

Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan Coffe Angkringan Banyu Anget secara langsung akan mempengaruhi penjualan terhadap produk Coffe Angkringan Banyu Anget. Karena tujuan dari promosi adalah membangkitkan keinginan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan oleh Coffe Angkringan Banyu Anget.

Gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Gaya hidup dalam penelitian ini merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali konsumen. Karena gaya hidup sekarang ini merupakan faktor yang sangat berperan bagi konsumen untuk melakukan kunjungan kembali ke sebuah *cafe* dengan berbagai macam tujuan seperti : untuk berkumpul dengan teman , ada yang berkunjung karena memiliki ketertarikan sendiri dengan Coffe Angkrngan Banyu Anget, dan berkunjung karena mempunyai opini yang baik tentang Coffe Angkrngan Banyu Anget serta menikmati suasana yang ditawarkan.