

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambar Umum Objek

1. Gambar Umum Objek Penelitian

a. Sejarah perusahaan

Café Lelucky Kopi adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman, dengan beberapa macam varian, Cafe Lelucky Kopi didirikan oleh Aditia Bima dan juga dua temannya. Mereka bertiga adalah teman semasa kuliah dan setelah lulus Aditia Bima merencanakan untuk membuka café Lelucky Kopi dengan dua temanya pada 2019. Aditya Bima selaku ouwner café Lelucky Kopi beliau juga sebagai kasir di café tersebut, dengan satu pramusaji makanan, dan satu sebagai pramusaji minuman dan juga merangkap sebagai waiters.

Café Lelucky Kopi di Surabaya yang berlokasi di jalan Ngagel Kebonsari Nomor 27 Surabaya. Café Lelucky Kopi ini berdiri pada tanggal 02 juli 2019 di kota Surabaya. Café Lelucky Kopi ini sangat menarik perhatian terutama para remaja dan mahasiswa. Dimana para remaja dan mahasiswa mencari tempat yang nyaman dan enak untuk tempat nongkrong, mengerjakan tugas dan menjadi tempat foto – foto, dan untuk para pekerja Café Lelucky Kopi menjadi tempat untuk berkumpul sambil ngopi bersama teman – temanya.

b. Visi Misi

Visi:

“Menjadi café yang menggugah selera dan menyelesaikan masalah”

Misi:

1. Menyediakan minuman dingin dan hangat
2. Menjamin kualitas bahan makanan dan minuman untuk disajikan kepada konsumen
3. Cepat tanggap terhadap pesanan konsumen

c. Jenis Produk

Café Lelucky Kopi ini memiliki menu utama Es Kopi Susu Klasik dimana menu tersebut merupakan menu awal pada pembukaan Café Lelucky Kopi, minuman tersebut sangat pas campuran kopi dan susunya. Sedangkan untuk minuman lainnya adalah kopi susu Gula Aren, Susu Regal, Green Tea, Kopi Susu Caramel, Susu Coklat, Lemon Tea, Americano dan Cookies & Cream. Minuman tersebut bisa di pesan sesuai selera ada yang panas dan dingin. Menu makanan juga tersedia seperti Ayam Geprek Ori, Ayam Goreng Korea, Ayam Geprek Sambel Matah, Ayam Goreng Slted Egg dan Ikan Dori Geprek. Makanan tersebut memiliki level kepedasaan dari level 1 sampai level 5. Agar mampu mengembangkan bisnisnya Café Lelucky Kopi harus mampu bersaing dan menciptakan keunggulan kompetitif pada kualitas produk yang terus terjaga, citra merek yang lebih dikenal dan lokasi yang strategis agar menciptakan kepuasan konsumen serta memberikan program yang berguna untuk menunjang kesetiaan para konsumen Café Lelucky Kopi.

2. Gambaran Umum Kuesioner

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa deskripsi data yang akan disajikan pada hasil penelitian adalah untuk memberi gambaran jelas tentang kuesioner yang akan disebar. Jumlah pertanyaan dalam kuesioner yang dikirim 96 orang dan pertanyaan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Gambaran Umum Kuesioner

No.	Variabel	Variabel	Skala Likert	Pertanyaan
1	X1	Kualitas Produk	1-5	8
2	X2	Citra Merek	1-5	3
3	X3	Lokasi	1-5	8
4	Y	Kepuasan Konsumen	1-5	7
Jumlah Pertanyaan				26

Sumber data : Hasil Olahan Kuesioner, 2021

3. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen café Lelucky Kopi sebanyak 96 orang. Keseluruhan responden digunakan dalam uji analisis dapat diketahui karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan, gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin Responden

Dalam sebuah café tentu ada pengunjung yang datang untuk melakukan pembelian bervariasi jenis kelaminnya. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di tunjukkan pada table 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	66	68,75%
Perempuan	30	31,25%

Total	96	100%
-------	----	------

Sumber data: Data Primer yang diolah

Berdasarkan table 4.2 dapat di ketahui bahwa responden yang di gunakan dalam penelitian ini yang paling banyak adalah laki – laki yaitu sebanyak 66 orang (68,75%), sedangkan responden perempuan sebanyak 30 orang (31,25%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mayoritas responden yang menjadi sasaran penelitian kali ini adalah laki-laki. Hal ini karena secara garis besar laki-laki kebanyakan nongkrong atau kumpul-kumpul di Cafe Lelucky Kopi.

2) Usia Responden

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat di lihat pada table 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Tingkat Usia	Jumlah	Presentase
1	> 45 Tahun	0	0%
2	≤ 25 Tahun	62	65,3%
3	26 - 35 Tahun	24	25%
4	36 – 45 Tahun	10	9,7%
	Total	96	100%

Sumber data : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat di ketahui bahwa usia responden paling banyak berada di kategori ≤ 25 tahun sebanyak 62 orang (65,3%) dan usia responden paling sedikit berada pada kategori > 45 tahun sebanyak 0 (0%). Untuk kategori 26 – 35 tahun sebanyak 24 orang (25%) dan pada kategori 36 – 45 tahun sebanyak 10 orang (9,7%). Dengan demikian usia responden pada penelitian ini mayoritas berusia ≤ 25 tahun.

Kisaran umur responden tersebut adalah generasi milenial yang memiliki andil paling banyak dalam hal kumpul-kumpul atau nongkrong di Cafe. Cafe Lelucky Kopi merupakan salah satu Cafe yang cukup diminati oleh kalangan anak muda atau generasi milenial.

3) Pekerjaan Responden

Jumlah dan persentase masing – masing kategori jenjang pekerjaan responden dapat di jelaskan pada table 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Karyawan Swasta	25	26%
Mahasiswa/Pelajar	49	51%
PNS/BUMN/BUMD	10	10%
Lainnya	12	13%
Total	96	100%

Sumber data: Data Primer diolah

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat di ketahui bahwa pekerjaan responden paling banyak adalah mahasiswa / pelajar sebanyak 49 orang (51%) dan pekerjaan responden paling sedikit adalah PNS/BUMN/BUMD sebanyak 10 orang (10%). Untuk karyawan swasta sebanyak 25 orang (26%) dan lainnya sebanyak 12 orang (13%). Data tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan yang datang ke Cafe Lelucky Kopi adalah kalangan mahasiswa/pelajar. Karena Cafe Lelucky Kopi adalah tempat nyaman buat kalangan milenial untuk bermain game bersama dan tempat berkumpul bersama teman-temannya.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Dekripsi Jawaban Responden

Setelah diketahui besarnya interval maka dapat disimpulkan beberapa pernyataan sebagai berikut (Suprpto, 2018:74):

Tabel 4. 5 Nilai Hasil Kuesioner

No	Nilai Rata-Rata	Keterangan
1	1 – 1,8	Sangat tidak baik
2	>1,8 – 2,6	Tidak baik
3	>2,6 – 3,4	Sedang
4	>3,4 – 4,2	Baik
5	>4,2 – 5	Sangat baik

Sumber: Suprpto (2018:74)

Setelah hasil dari responden melalui kuesioner yang di bagikan maka hasil dari responden mengenai tiga variabel independen yaitu Kualitas Produk (X₁), Citra Merek (X₂) dan Lokasi (X₃), variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y).Deskripsikan hasil responden dapat dilihat pada penjelasan sebagai berikut:

1) Variabel Kualitas Produk (X₁)

Distribusi hasil responden terkait Kualitas Produk (X₁) dapat di lihat pada table 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Distribusi hasil responden variabel kualitas produk

Indikator	SS		S		N		TS		STS		Total	Rata-rata item
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1	14	15%	40	42%	32	33%	8	8%	2	2%	96	3,58
X1.2	15	16%	39	41%	28	29%	13	14%	1	1%	96	3,56
X1.3	12	13%	35	36%	32	33%	14	15%	3	3%	96	3,41
X1.4	29	30%	42	44%	14	15%	9	9%	2	2%	96	3,91
X1.5	23	24%	35	36%	25	26%	11	11%	2	2%	96	3,69
X1.6	27	28%	32	33%	16	17%	17	18%	4	4%	96	3,64

X1.7	26	27%	31	32%	22	23%	16	17%	1	1%	96	3,68
X1.8	30	31%	28	29%	26	27%	9	9%	3	3%	96	3,76
Rata-rata											3,65	

Sumber data: data primer diolah

Keterangan:

F = Frekwensi jawaban responden

X.1.1 = Rasa dari menu yang di tawarkan sangat enak dan tersedia dengan berbagai macam pilihan untuk memenuhi kalangan anak hingga dewasa

X.1.2 = Adanya bahan pelengkap seperti pada ayam geprek terdapat ayam, sambal, dan mentimun

X.1.3 = Cita rasa makanan dan minuman sesuai dengan cita rasa orang Indonesia

X.1.4 = Standar yang telah di tetapkan oleh produsen sudah sesuai

X.1.5 = Makanan dan minuman yang di tawarkan oleh café Lelucky Kopi selalu dalam konsidi segar dan higienis

X.1.6 = Kemudahan dalam mendapatkan fasilitas seperti bahan tambahan seperti alat makan dan minum, tersedia tisu dengan mudah

X.1.7 = Estetika produk yang di tawarkan dapat menarik minat pelanggan café Lelucky Kopi

X.1.8 = Kualitas menu yang di tawarkan café Lelucky Kopi cocok dengan selera konsumen

Berdasarkan tabel 4.6 mengenai Kualita Produk (X_1) terkait pernyataan pertama bahwa rasa dari menu yang di tawarkan sangat enak dan tersedia dengan berbagai macam pilihan untuk memenuhi kalangan anak hingga dewasa dengan hasil menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 40 (42%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 2 (2%) responden. Rata – rata pada pernyataan pertama 3,58 hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat di artikan bahwa rasa menu yang di tawarkan oleh Cafe Lelucky Kopi sangat enak dan tersedia dengan berbagai macam pilihan untuk memenuhi kalangan anak hingga dewasa.

Pada pernyataan kedua bahwa adanya bahan pelengkap seperti pada ayam geprek terdapat ayam, sambal, mentimun menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 39 (41%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 1 (1%) responden. Rata – rata pada pertanyaan kedua 3,56 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut terdapat diartikan bahwa pada Café Lelucky Kopi ada bahan pelengkap seperti pada ayam geprek terdapat ayam, sambal, dan mentimun.

Pada pernyataan ketiga bahwa cita rasa makan dan minuman sesuai dengan cita rasa orang Indonesia menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 35 (36%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 3 (3%) responden. Rata – rata

pada pernyataan ketiga 3,41 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat di artikan bahwa cita rasa makanan dan minuman pada Café Lelucky Kopi sesuai dengan cita rasa orang Indonesia.

Pada pernyataan keempat bahwa standar yang telah di tetapkan oleh produsen sudah sesuai menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 42 (44%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 2 (2%) responden. Rata – rata pada pernyataan keempat 3,91 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat di artikan bahwa standar yang telah di tetapkan oleh café Lelucky Kopi sudah sesuai.

Pada pernyataan kelima bahwa makan dan minuman yang di tawarkan oleh café Lelucky Kopi selalu dalam kondisi segar dan higienis menunjukkan bahwa jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 35 (36%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 2 (2%). Rata – rata pernyataan kelima 3,69 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat di artikan bahwa makanan dan minuman yang di tawarkan oleh café Lelucky Kopi selalu dalam kondisi segar dan higienis.

Pada pernyataan keenam bahwa kemudahan dalam mendapatkan fasilitas seperti bahan tambahan seperti alat makan dan minum, tersediannya tisu dengan mudah menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 32 (33%) responden dan jawaban terendah

terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 4 (4%) responden. Rata – rata pada pernyataan keenam 3,64 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat di artikan bahwa mudahnya mendapatkan fasilitas pada café Lelucky Kopi seperti bahan tambahan alat makan dan minum, tersediannya tisu dengan mudah.

Pada pernyataan ketujuh bahwa estetika produk yang di tawarkan dapat menarik minat pelanggan café Lelucky Kopi menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 32 (32%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 1 (1%) responden. Rata – rata pada pernyataan ketujuh 3,68 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat di artikan bahwa estetika produk yang di tawarkan dapat menarik minat pelanggan café Lelucky Kopi.

Pada pernyataan kedelapan bahwa kualitas menu yang di tawarkan café Lelucky Kopi cocok dengan selera konsumen menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada sangat setuju sebesar 30 (31%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 3 (3%) responden. Rata – rata pada pernyataan kedelapan 3,76 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik, berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa kualitas menu yang di tawarkan café Lelucky Kopi cocok dengan selera konsumen.

Dari kedelapan pernyataan variabel kualitas produk (X1) diperoleh rata – rata sebesar 3,65 yang berarti responden dinyatakan setuju dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik.

2) Variabel Citra Merek (X₂)

Distribusi hasil responden terkait Citra Merek (X₂) dapat di lihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Distribusi hasil responden variabel citra merek

Indikator	SS		S		N		TS		STS		Total	Rata-rata item
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1	14	15%	44	46%	28	29%	7	7%	3	3%	96	3,61
X2.2	10	10%	42	44%	28	29%	14	15%	2	2%	96	3,46
X2.3	12	13%	27	28%	36	38%	19	20%	2	2%	96	3,29
Rata-rata												3,45

Sumber data: Data primer diolah

Keterangan:

- F = Frekuensi jawaban responden
- X.2.1 = Merek produk café Lelucky Kopi dapat di kenal
- X.2.2 = Merek produk café Lelucky Kopi dapat di percaya di bandingkan café lain
- X.2.3 = Café Lelucky Kopi mengeluarkan merek produk yang menarik

Berdasarkan tabel 4.7 mengenai Citra Merek (X₂) terkait pernyataan pertama bahwa merek café Lelucky Kopi dapat di kenal dengan hasil yang menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 44 (46%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 3 (3%) responden. Rata – rata pada pernyataan pertama 3,61 dan hasil

tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa merek produk café Lelucky Kopi dapat dikenal.

Pada pernyataan kedua bahwa merek produk café Lelucky Kopi dapat dipercaya dibandingkan café lain menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 42 (44%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 2 (2%) responden. Rata – rata pada pernyataan kedua 3,46 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa merek produk café Lelucky Kopi dapat dipercaya di bandingkan café lain.

Pada pernyataan ketiga bahwa café Lelucky Kopi mengeluarkan merek produk yang menarik menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 27 (28%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 2 (2%) responden. Rata – rata pada pernyataan ketiga 3,29 dan hasil tersebut masuk dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa Café Lelucky Kopi mengeluarkan merek produk yang cukup menarik.

Dari ketiga pernyataan variabel Citra Merek (X_2) diperoleh rata – rata sebesar 3,45 yang berarti responden di nyatakan setuju dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik.

3) Variabel Lokasi (X_3)

Distribusi hasil responden terkait Lokasi (X_3) dapat di lihat pada table 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Distribusi hasil responden variabel lokasi

Indikator	SS		S		N		TS		STS		Total	Rata-rata item
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X3.1	15	16%	37	39%	35	36%	5	5%	4	4%	96	3,56
X3.2	12	13%	37	39%	31	32%	11	11%	5	5%	96	3,42
X3.3	14	15%	33	34%	32	33%	14	15%	3	3%	96	3,43
X3.4	14	15%	35	36%	33	34%	7	7%	7	7%	96	3,44
X3.5	16	17%	33	34%	27	28%	13	14%	7	7%	96	3,40
X3.6	24	25%	36	38%	21	22%	15	16%	0	0%	96	3,72
X3.7	28	29%	40	42%	19	20%	8	8%	1	1%	96	3,90
X3.8	37	39%	34	35%	16	17%	9	9%	0	0%	96	4,03
Rata-Rata												3,61

Sumber data: Data primer diolah

Keterangan:

F = Frekuensi jawaban responden

X.3.1 = Lokasi yang di lalui menuju café Lelucky Kopi bersih

X.3.2 = Lokasi café Lelucky Kopi mudah di akses dengan kendaraan roda 2 maupun 4

X.3.3 = Sarana transportasi seperti angkutan umum atau ojek dari dan menuju lokasi café Lelucky Kopi mudah di dapat

X.3.4 = Petunjuk jalan menuju café Lelucky Kopi jelas

X.3.5 = Lahan parkir yang memadai disediakan oleh café Lelucky Kopi

X.3.6 = Terjaminnya keamanan tempat parkir café Lelucky Kopi

X.3.7 = Pada lokasi café Lelucky Kopi terdapat café lain

X.3.8 = Café Lelucky Kopi menerapkan jaga jarak dan menyediakan *hand sanitizer*

Berdasarkan table 4.8 mengenai Lokasi (X_3) terkait pernyataan pertama bahwa lokasi yang di lalui menuju café Lelucky Kopi bersih dengan hasil yang menakjubkan jawaban tertinggi pada setuju sebesar 37 (39%) responden dan jawaban terendah pada sangat tidak setuju sebesar 4 (4%) responden. Rata – rata pernyataan pertama 3,56 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat di artikan bahwa lokasi yang di lalui menuju café Lelucky Kopi bersih.

Pada pernyataan kedua bahwa lokasi café Lelucky Kopi mudah di akses dengan kendaraan roda 2 maupun roda 4 meunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 37 (39%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 5 (5%) responden. Rata – rata pada pernyataan kedua 3,42 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat di artikan bahwa lokasi café Lelucky Kopi mudah di akses dengan kendaraan roda 2 maupun roda 4.

Pada pernyataan ketiga bahwa sarana transportasi seperti angkutan umum atau ojek dari dan menuju lokasi café Lelucky Kopi mudah di dapat menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 33 (34%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 3 (3%) responden. Rata – rata pada pernyataan ketiga 3,43 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat di artikan bahwa sarana transportasi seperti angkutan umum dan ojek dari dan menuju lokasi café Lelucky Kopi mudah di dapat.

Pada pernyataan keempat bahwa petunjuk jalan pada café Lelucky Kopi jelas menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 35 (35%) responden dan jawaban terendah terdapat pada tidak setuju dan sangat tidak setuju masing – masing memiliki jawaban sama sebesar 7 (7%) responden. Rata – rata pada pernyataan keempat 3,44 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa petunjuk jalan café Lelucky Kopi jelas.

Pada pernyataan kelima bahwa lahan parkir yang memadai di sediakan oleh café Lelucky Kopi menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 33 (34%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 7 (7%) responden. Rata – rata pada pernyataan kelima 3,40 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa lahan parkir yang memadai disediakan oleh café Lelucky Kopi.

Pada pernyataan keenam bahwa terjaminnya keamanan tempat parkir café Lelucky Kopi menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 36 (38%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 0 (0%) responden. Rata – rata pada pernyataan keenam 3,72 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa terjaminnya keamanan tempat parkir café Lelucky Kopi.

Pada pernyataan ketujuh bahwa lokasi café Lelucky Kopi terdapat café lain menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 40

(42%) responden dan jawaban terendah terdapat sangat tidak setuju sebesar 1 (1%) responden. Rata – rata pada pernyataan ketujuh 3,90 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa pada lokasi café Lelucky Kopi terdapat café lain.

Pada pernyataan kedelapan bahwa café Lelucky Kopi menerapkan jaga jarak dan menyediakan *Hand Sanitizer* menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada sangat setuju sebesar 37 (39%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 0 (0%) responden. Rata – rata pada pernyataan kedelapan 4,03 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa café Lelucky Kopi menerapkan jaga jarak dan menyediakan *Hand Sanitizer*.

4) Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Distribusi hasil responden terkait kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat pada table 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Distribusi hasil responden variabel kepuasan konsumen

Indikator	SS		S		N		TS		STS		Total	Rata-rata item
		%		%		%		%		%		
Y1	13	14%	35	36%	37	39%	9	9%	2	2%	96	3,50
Y2	17	18%	35	36%	31	32%	11	11%	2	2%	96	3,56
Y3	17	18%	33	34%	32	33%	9	9%	5	5%	96	3,50
Y4	19	20%	34	35%	30	31%	11	11%	2	2%	96	3,59
Y5	20	21%	31	32%	33	34%	9	9%	3	3%	96	3,58
Y6	27	28%	39	41%	20	21%	7	7%	3	3%	96	3,83
Y7	30	31%	36	38%	21	22%	8	8%	1	1%	96	3,90
Rata-rata												3,64

Sumber data: Data primer diolah

Keterangan:

- F = Frekuensi jawaban responden
- Y₁ = Konsumen merasa puas dengan produk pada café Lelucky Kopi
- Y₂ = Kualitas produk yang di hasilkan oleh café Lelucky Kopi memuaskan
- Y₃ = Merekomendasikan café Lelucky Kopi sebagai tempat yang akan di kunjungi
- Y₄ = Pelayanan café Lelucky Kopi sangat ramah dan sopan
- Y₅ = Produk café Lelucky Kopi lebih baik dan tahan lama daripada café lain
- Y₆ = Makanan dan minuman yang disediakan café Lelucky Kopi sesuai selera
- Y₇ = Tempat café Lelucky Kopi terasa nyaman

Berdasarkan table 4.9 mengenai kepuasan konsumen (Y) terkait pernyataan pertama bahwa konsumen merasa puas dengan produk pada café Lelucky Kopi dengan hasil yang menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada netral sebesar 37 (39%) responden dan jawaban terendah pada pernyataan sangat tidak setuju sebesar 2 (2%) responden. Rata – rata pada pernyataan pertama 3,50 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa konsumen merasa puas dengan produk café Lelucky Kopi.

Pada pernyataan kedua bahwa kualitas produk yang di hasilkan oleh café Lelucky Kopi memuaskan menunjukkan jawaban tertinggi terdapat

pada setuju sebesar 35 (36%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 2 (2%) responden. Rata – rata pada pernyataan kedua 3,56 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa kualitas produk yang di hasilkan café Lelucky Kopi memuaskan.

Pada pernyataan ketiga bahwa merekomendasikan café Lelucky Kopi sebagai tempat yang akan di kunjungi menunjukkan jawaban tertinggi pada setuju sebesar 33 (34%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 5 (5%) responden. Rata- rata pada pernyataan ketiga 3,50 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa merekomendasikan café Lelucky Kopi sebagai tempat yang akan di kunjungi.

Pada pernyataan keempat bahwa pelayanan café Lelucky Kopi sangat ramah dan sopan menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 34 (35%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 2 (2%) responden. Rata – rata pada pernyataan keempat 3,59 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa pelayanan café Lelucky Kopi sangat ramah dan sopan.

Pada pernyataan kelima bahwa produk café Lelucky Kopi lebih baik dan tahan lama daripada café lain menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada netral sebesar 33 (34%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju sebesar 3 (3%) responden. Rata – rata pada

pernyataan kelima 3,58 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa produk café Lelucky Kopi lebih baik dan tahan lama daripada café lain.

Pada pernyataan keenam bahwa makanan dan minuman yang disediakan café Lelucky Kopi sesuai selera menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 39 (41%) responden dan jawaban terendah terdapat pada sangat tidak setuju menyatakan netral sebesar 3 (3%) responden. Rata – rata pada pernyataan keenam 3,83 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa makanan dan minuman yang disediakan café Lelucky Kopi sesuai selera.

Pada pernyataan ketujuh bahwa tempat café Lelucky Kopi terasa nyaman menunjukkan jawaban tertinggi terdapat pada setuju sebesar 36 (38%) responden dan pernyataan terendah pada sangat tidak setuju sebesar 1 (1%) responden. Rata – rata pada pernyataan ketujuh 3,90 dan hasil tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa tempat café Lelucky Kopi terasa nyaman.

Dari tujuh pernyataan variabel kepuasan konsumen (Y) di peroleh rata – rata sebesar 3,64 yang berarti responden dinyatakan setuju dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik.

2. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan untuk menguji hasil penelitian yang akan menunjukkan valid atau tidaknya suatu instrument yang digunakan. Dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r table, begitu juga sebaliknya apabila r hitung $<$ r table maka tidak valid.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas
Anti-image Matrices**

		kualitas produk	citra merek	lokasi	kepuasan konsumen
Anti-image Correlation	kualitas produk	.822 ^a	-.284	-.057	-.145
	citra merek	-.284	.748 ^a	-.308	-.332
	Lokasi	-.057	-.308	.776 ^a	-.328
	kepuasan konsumen	-.145	-.332	-.328	.767 ^a

Sumber data: Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

r tabel

$n = 96$

$(df) = n - 2 = 96 - 2 = 94 (0,2006)$

a) Kualitas Produk (X_1)

r hitung = 0,822

r tabel = 0, 2006

$0,822 > 0,2006$ artinya valid

b) Citra Merek (X_2)

r hitung = 0,748

r tabel = 0,2006

$0,748 > 0,2006$ artinya valid

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa nilai r hitung $>$ r tabel berlandaskan uji signifikansi 0,05 artinya item – item tersebut dikatakan valid.

c) Lokasi (X_3)

$$r \text{ hitung} = 0,776$$

$$r \text{ tabel} = 0,2006$$

$$0,776 > 0,2006$$

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ berlandaskan uji signifikansi 0,05 artinya item – item tersebut dikatakan valid.

d) Kepuasan konsumen (Y)

$$r \text{ hitung} = 0,767$$

$$r \text{ tabel} = 0,2006$$

$$0,767 > 0,2006 \text{ artinya valid.}$$

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ berlandaskan uji signifikansi 0,05 artinya item – item tersebut dikatan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat di percaya atau di andalkan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini mengguakan *Cronbac's Alpha* dengan asumsi bila *alpha cronbach's* $> 60\%$ atau 0,60 maka instrument tersebut reliabel. Berikut merupakan hasil pengujian *Cronbach's Alpaha* :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbachs Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,786	Reliabel
2	Citra Merek	0,693	Reliabel
3	Lokasi	0,732	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen	0,710	Reliabel

Sumber data: Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.11 di atas maka dapat di ketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,786 > 0,60$. Variabel Citra Merek memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,693 > 0,60$. Variabel Lokasi memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,732 > 0,60$. Variabel Kepuasan Konsumen memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,710 > 0,60$. Maka dapat di simpulkan bahwa setiap masing – masing variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* di atas $0,60$.

3. Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi linier berganda, pengujian ini harus di penuhi agar penaksiran koefisien regresi tidak bias. Pengujian asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedasitas, uji multikolinieritas, dan uji auto kolerasi. Hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini dapat di jelaskan sebagai berikut:

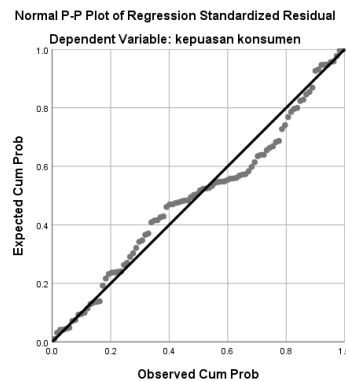
a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam mode regresi variabel independen, variabel independen mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi normalitas data, yaitu dengan melihat penyebaran data dari sumbu diagonal dari grafik.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- 2) Jika data menyebar dari jauh garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas

Sumber data: Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan hasil pengujian data normalitas menggunakan P-P Plot regresi menunjukkan bahwa dalam penelitian ini data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menunjukkan pola distribusi normal maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen digunakan dalam penelitian memiliki data berdistribusi normal, sehingga pengujian statistik selanjutnya dapat dilakukan.

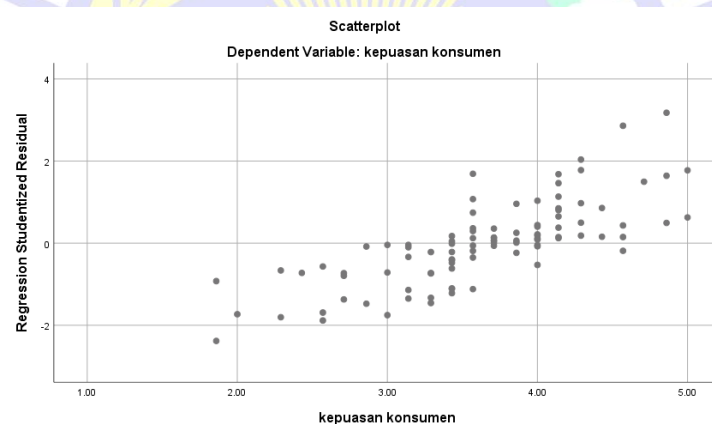
b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas artinya varian semua variabel adalah konstan (sama). Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang

homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Heteroskedastisitas dapat di deteksi dengan nilai prediksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residulnya (SRESID). Dasar analisis sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titi – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber data: Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan hasil pengujian data heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik – titik dari data menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi

heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak di gunakan untuk di prediksi.

c. Uji Multikolineraritas

Uji multikolineraritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkolerasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai kolerasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Nilai *cutoff* yang umum di pakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan *VIF* >10. Setiap penelitian harus menentukan tingkat kolineritas yang masih dapat di toleransi. Sebagai misal nilai *tolerance* = 0,10 sama dengan tingkat kolonieritas 0,95.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolineraritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.887	.390		2.274	.025		
	kualitas produk	.143	.102	.127	1.406	.163	.774	1.293
	citra merek	.292	.087	.343	3.377	.001	.612	1.635
	Lokasi	.338	.101	.317	3.327	.001	.692	1.446

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber data: Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa setiap variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* > 0,10 yaitu 0,774; 0,612 dan 0,612 Nilai *VIF*

< 10 yaitu 1,293; 1,635 dan 1,446. Maka dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi multikolineritas antara variabel independen dalam model regresi ini.

d. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi yaitu sebuah uji autokolerasi yang baik terbebas autokolerasi. Autokolerasi dalam model regresi pada penelitian di lakukan pengujian pada nilai uji *Durbin – Waston* dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) $1,65 < DW < 2,35$ artinya tidak pengaruh
- 2) $1,21 < DW < 1,65$ atau $2,35 < DW < 2,79$ artinya tidak dapat di simpulkan.
- 3) $DW < 1,21$ atau $DW > 2,79$ artinya terjadi kolerasi.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.649 ^a	.421	.402	.53198	1.797
a. Predictors: (Constant), lokasi, kualitas produk, citra merek					
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen					

Sumber data: Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan table 4.13 menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Waston* sebesar 1,797. Maka dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokolerasi jarena *Durbin-Waston* berada $1,65 < DW < 2,35$.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda di tunjukkan untuk menentukan hubungan linier antar beberapa variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2), dan Lokasi (X_3), dengan variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.887	.390	
	kualitas produk	.143	.102	.127
	citra merek	.292	.087	.343
	Lokasi	.338	.101	.317

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber data: Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.14 dapat di simpulkan bahwa hasil estimasi regresi yang diperoleh konstan sebesar 0,887; kualitas produk sebesar 0,143; citra merek sebesar 0,292; dan lokasi sebesar 0,338. Jadi persamaan regresi linier dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0,887 + 0,143X_1 + 0,292X_2 + 0,338X_3 + e$$

Berdasarkan model regresi dan table 4.11 di atas maka hasil regresi dapat di jelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 0,887 menunjukkan bahwa variabel – variabel independen (Kualitas Produk, Citra Merek, dan Lokasi) di asumsikan konstan, maka variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen akan naik sebesar 0,887.

- 2) Koefisien variabel Kualitas Produk memiliki nilai 0,143 berarti setiap kenaikan kualitas produk sebesar 1% akan menyebabkan naiknya nilai kepuasan konsumen sebesar 0,143.
- 3) Koefisien variabel Citra Merek memiliki nilai 0,292 berarti setiap kenaikan citra merek sebesar 1% menyebabkan naiknya nilai kepuasan konsumen sebesar 0,292.
- 4) Koefisien variabel Lokasi memiliki nilai 0,338 berarti setiap kenaikan lokasi sebesar 1% menyebabkan naiknya nilai kepuasan konsumen sebesar 0,338.

3. Uji Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2), dan Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen café Lelucky Kopi di Surabaya, analisis ini menggunakan uji regresi linier berganda.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Untuk pengujian ini dapat dilakukan dengan nilai signifikansi:

- 1) Jika nilai signifikan $t > 0,05$ maka secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (H_0 ditolak).
- 2) Jika nilai signifikan $t \leq 0,05$ maka secara parsial yang signifikan terdapat variabel dependen (H_0 diterima).

Tabel 4. 15 Hasil Uji t

Coefficients^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.274	.025
	kualitas produk	1.406	.163
	citra merek	3.377	.001
	Lokasi	3.327	.001
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen			

Sumber data: Hasil output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.15 di atas maka dapat di jelaskan bahwa Kualitas Produk, Citra Merek, dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Kosumen sebagai berikut:

- 1) Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, karena nilai signifikannya sebesar 0,163 lebih besar dari 0,05.
- 2) Variabel Citra Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, karena nilai signifikannya sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05.
- 3) Variabel Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, karena nilai signifikannya 0,001 lebih kecil dari 0,05.

b. Uji Simultan (Uji f)

Pengujian ini di lakukan untuk mengetahui signifikansi dari seluruh variabel bebas secara bersama – sama atau secara simultan terhadap

variabel terikat. Pengambilan kesimpulan H_0 di terima atau di tolak di tentukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Tingkat sig $F < a = 0,05$ maka variabel independen secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 di terima).
- 2) Tingkat $F > a = 0,05$ maka variabel independen secara bersama – sama tidak berpengaruh terhadap variabel independen (H_0 di tolak).

Tabel 4. 16 Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.923	3	6.308	22.288	.000 ^b
	Residual	26.036	92	.283		
	Total	44.959	95			
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						
b. Predictors: (Constant), lokasi, kualitas produk, citra merek						

Sumber data: Hasil output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.16 di atas bahwa nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa variabel dependen Kualitas Produk, Citra Merek, dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

c. Uji R Square

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kebaikan persamaan regresi linear berganda dengan memberikan persentase variasi total dalam variabel depeden yang di jelaskan oleh seluruh variabel dependen. Dapat dikatakan bahwa nilai R *square* ini menunjukkan

seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4. 17 Hasil Uji R Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.402	.53198
a. Predictors: (Constant), lokasi, kualitas produk, citra merek				
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen				

Sumber data: Hasil output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan besarnya nilai *adjusted R Square* sebesar 0,402 yang berarti 40,2% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen (Kualitas Produk, Citra Merek, dan Lokasi). Sedangkan sisanya ($100\% - 40,2\% = 59,8$) dijelaskan variabel lainnya di luar model regresi.

4. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur adanya pengaruh dari variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Lelucky Kopi di Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikannya sebesar 0,163 lebih besar dari 0,05. Pada indikator $X_{1,3}$ mendapat skor terendah sebesar 3,41 dari indikator lainnya, karena pada Cafe Lelucky Kopi menyediakan beragam menu yang memungkinkan konsumen tidak menyukai salah satu dari menu yang disediakan. Hal ini tidak bisa dipungkiri bahwa citra rasa yang khas, porsi

yang sesuai dengan ekspektasi dan selera, serta banyaknya varian makanan yang di tawarkan maka akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan suatu pembelian berulang dan mempertahankan kepuasan terhadap kepuasan produk tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin (2020) yang menunjukkan kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dan penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Alvi Erward Pandesia, Ivonne Saerang dan Jacky Sumawauw (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur adanya pengaruh dari variabel Citra Merek (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis data menjelaskan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Lelucky Kopi di Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikannya sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Pada indikator $X_{2,3}$ mendapat skor terendah sebesar 3,29 dari indikator lainnya. Merek Lelucky Kopi sudah cukup dikenal dikalangan masyarakat sehingga masyarakat mengunjungi Café Lelucky Kopi setiap saat. Apabila masyarakat merasa puas dengan merek produk maka akan selalu diingat dan akan mengkonsumsinya lagi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Putu Dian Savitri dan I Made Wardana (2018) yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur adanya pengaruh dari variabel lokasi (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis data menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe LeLucky Kopi di Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikannya sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Pada indikator $X_{3,8}$ mendapat nilai terendah sebesar 4,03 lebih kecil dari indikator lainnya, karena pada Cafe LeLucky Kopi konsumen pastinya lebih senang duduk berkumpul bersama-sama daripada duduk berpisah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Chairudin Sofyan (2019) serta Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin (2020) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai sebesar 22,288 dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen sehingga hasil yang diajukan yaitu Kualitas Produk, Citra Merek, dan Lokasi

secara simultan atau bersama – sama berpengaruh pada Kepuasan Konsumen Cafe Lelucky Kopi.

Kualitas produk, citra merek dan lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan nilai utama yang dipertimbangkan penjualan suatu produk karena untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Cafe harus melakukan strategi dalam hal pengukuran yaitu dengan cara membagi produk seperti mengelompokkan makanan dan minuman dalam beberapa kategori. Citra merek memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen karena citra merek merupakan sebuah pemikiran yang ada dibenak masyarakat tentang suatu produk yang mereka kenal dan mereka telah gunakan atau konsumsi. Lokasi merupakan salah satu tempat melakukan kegiatan untuk memudahkan produk untuk dapat diperoleh dengan baik pada target yang sudah ditentukan.

Kepuasan konsumen adalah penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara dua kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan.