

**PENGARUH CITA RASA DAN SUASANA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE SUDUT LAGI
KECAMATAN BANGGAE TIMUR
KABUPATEN MAJENE**

SKRIPSI



**YASRIL HIDAYAT
105721130520**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

**JUDUL PENELITIAN:
PENGARUH CITA RASA DAN SUASANA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE SUDUT LAGI
KECAMATAN BANGGAE TIMUR
KABUPATEN MAJENE**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

**YASRIL HIDAYAT
NIM: 105721130520**

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jangan takut gagal, takutlah jika tidak pernah mencoba”.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunia-Nya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan kepada Bapak dan Ibu yang tercinta dan yang saya sayangi, adik adikku, dan teman-temanku yang saya banggakan.

PESAN DAN KESAN

PESAN

“Masa kuliah adalah waktu di mana pengalaman baru akan terjadi dan tetap diingat”.

KESAN

“Ketika memasuki dunia perkuliahan, saya memperoleh banyak pengetahuan baru serta bertemu dengan banyak teman baru yang luar biasa”.



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Cita rasa dan Suasana terhadap Kepuasan konsumen pada kafe Sudut Lagi kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene

Nama Mahasiswa : **YASRIL HIDAYAT**

No. Stambuk/ NIM : 105721130520

Program Studi : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Perguruan Tinggi : **Universitas Muhammadiyah Makassar**

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 25 Mei 2024 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

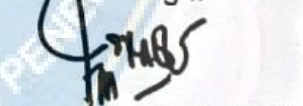
Makassar, 27 Mei 2024

Menyetujui

Pembimbing I


Svartini Indrayani, S.E., M.Si
NIDN: 0901176050

Pembimbing II


Masrullah S.E., S.Ak
NIDN : 0923089201

Mengetahui

Dekan



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 0902116603

Ketua Program Studi


Masrullah, SE., MM.
NBM: 1151132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: Yasril Hidayat, Nim: 105721130520 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor :0008/SK-Y/61201/091004/2024, Tanggal 16 Dzulqa'dah 1445 H / 25 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 18 Dzulqa'dah 1445 H
27 Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekertaris : Agusdiwana Suami, S.E., M.Acc.
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Ruliaty, M.M
2. Moh Aris Pasigai S.E M.M
3. Zalkha Soraya S.E M.M
4. Syartini Indarayani S.E M.Si

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si

NBM : 0902116603



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



SURAT PERNYATAAN KEABSAHAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yasril Hidayat
No. Stambuk / Nim : 105721130520
Program studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Cita rasa dan Suasana terhadap Kepuasan konsumen pada kafe Sudut Lagi kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi ini saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 18 Dzulqa'dah 1445 H

27 Mei 2024 M

Yang Membuat Pernyataan,



Yasril Hidayat
NIM: 105721130520

Diketahui Oleh:



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 0902116603

Ketua Program Studi

Nasrullah, SE., MM.
NBM: 1151132

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Yasril Hidayat
NIM : 105721130520
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Cita rasa dan Suasana terhadap Kepuasan konsumen pada kafe Sudut Lagi kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 27 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Yasril Hidayat

NIM: 105721130520

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Cita rasa dan Suasana terhadap Kepuasan konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak **M.YUSUF** dan Ibu **NURILLANG** yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan Seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Ibu Syartini Indrayani, S.E., M.SI selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Masrullah, S.E. M.Ak., selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan Skripsi hingga ujian Skripsi.
6. Bapak Ismail rasulong, S.E M.M selaku Penasehat Akademik yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyusun rencana studi.
7. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Tak lupa saya ucapkan banyak terima kasih juga kepada kedua orang tua saya Bapak M.Yusuf dan Ibu saya Nurillang yang senantiasa memberikan do`a, perhatian dan semangat dalam menempuh pendidikan hingga proses penyelesaian tugas akhir ini.

10. Pimpinan dan staf pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene terima kasih telah membantu memberikan fasilitas tempat penelitian kepada penulis.
11. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2020, terkhusus Manajemen 20G yang senantiasa memberikan bantuan dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
12. Terima kasih kepada teman-teman atas segala bantuannya, sebagai tempat bertukar pikiran, sebagai tempat bercerita, tempat menghilangkan rasa penat dan lelah.
13. Terima kasih kepada teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberi semangat dan dukungannya serta waktu luangnya dalam membantu pengerjaan tugas akhir ini.

Akhirnya sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 7 Mei 2024

Penulis

Yasril Hidayat

ABSTRAK

YASRIL HIDAYAT. 2024. *Pengaruh Cita Rasa Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan banggae timur Kabupaten Majene*. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Syartini Indrayani dan Masrullah

Penelitian ini merupakan penelitian jenis deskripsi kuantitatif yang bertujuan mengetahui dan menganalisis Pengaruh Cita Rasa Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene. Metode yang digunakan pada penelitian yaitu dengan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 150 responden dengan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah melalui bantuan *software Statistical Product and Service Solutions (SPSS) Versi 27*.

Berdasarkan pada hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji t yang telah diperoleh pada variabel Untuk variabel (X1) terhadap variabel (Y) diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai yang diperoleh $3.860 > 0,160$ dan nilai signifikansi yang diperoleh 0,001 lebih kecil dari nilai α 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dari nilai yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel (X1) terhadap variabel (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene. Berdasarkan pada hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji t yang diperoleh pada variabel Suasana (X2) terhadap variabel (Y) diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai yang diperoleh $9.723 > 0,160$ dan nilai signifikansi yang diperoleh 0,001 lebih kecil dari nilai α ($0,001 < 0,05$). Dari nilai yang diperoleh ini dapat disimpulkan bahwa variabel (X2) terhadap variabel (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene.

KATA KUNCI : Cita Rasa, Suasana, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

YASRIL HIDAYAT. 2024. *The Influence of Taste and Atmosphere on Consumer Satisfaction at the Sudut Lagi cafe, East Pride District, Majene Regency. Thesis, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Syartini Indrayani and Masrullah*

This research is a quantitative description type research which aims to find out and analyze the influence of taste and atmosphere on consumer satisfaction at the Sudut Lagi cafe, East Pride District, Majene Regency. The method used in the research is observation, questionnaires and documentation. The population and sample used in this research were 150 respondents with the data analysis method used was multiple linear regression analysis which was processed with the help of Statistical Product and Service Solutions (SPSS) Version 27 software.

Based on the results of this research, it shows that the t test results that have been obtained on the variable. For the variable (X1) on the variable (Y), the calculated t value is greater than the t table with the value obtained $3,860 > 0.160$ and the significance value obtained is $0.001 < 0.05$. From the values obtained, it can be concluded that variable (X1) on variable (Y) has a positive and significant influence on the corner cafe again, East Banggae District, Majene Regency. Based on the results of this research, it shows that the t test results obtained on the Atmosphere variable (X2) on the variable (Y) obtained that the calculated t value was greater than the t table with the value obtained $9,723 > 0.160$ and the significance value obtained was $0.001 < 0.05$. From the values obtained, it can be concluded that the variable (X2) on the variable (Y) has a positive and significant influence on the corner cafe again, East Banggae District, Majene Regency.

Keywords: *Taste, Atmosphere, Consumer Satisfaction*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Tinjauan Teori	6
1. Pengertian pemasaran.....	6
2. Cita rasa	7
3. Suasana	9
4. Kepuasan konsumen	11
B. Penelitian Terdahulu.....	13
C. Kerangka Pikir.....	21

D. Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
C. Jenis dan Sumber Data.....	24
D. Populasi dan Sampel.....	25
E. Metode Pengumpulan Data.....	26
F. Definisi Operasional Variabel.....	27
G. Metode Analisis Data.....	29
H. Uji Hipotesis.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
B. Hasil penelitian.....	38
C. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Skor Jawaban.....	27
Tabel 4. 1 Data karyawan Kafe Sudut lagi Kecamatan	34
Tabel 4. 2 Data Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Menurut Umur	39
Tabel 4. 5 Analisis Jawaban Responden Pada Variabel X1.....	40
Tabel 4. 6 Analisis Jawaban Responden Pada Variabel X2.....	41
Tabel 4. 7 Analisis Jawaban Responden Pada Variabel Y.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas Variabel X1 dan Variabel Y.....	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas Variabel X2 dan Variabel Y.....	48
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir	22
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi kafe Sudut lagi.....	36
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas	45
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedasitas.....	46



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi seperti saat ini, perkembangan bisnis terjadi dengan pesat. Pertumbuhan beragam bisnis terjadi di mana-mana. Menurut (Santri Zulaicha, 2016), Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada dengan jenis usaha yang sama membuat setiap perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Adanya perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin menyukai aktivitas minum kopi di kafe. Menurut (Yanti 2018), kafe biasanya dimanfaatkan sebagai tempat berkumpul dan bersantai bersama teman-teman atau keluarga di akhir pekan maupun sekedar melepas kepenatan dari aktivitas sehari-hari. Banyak dari kalangan mahasiswa pun memanfaatkan kehadiran kafe ini sebagai alternatif tempat untuk menyelesaikan pekerjaan atau tugas. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju, kebutuhan manusia pun semakin banyak tidak hanya sekedar pemenuhan atas kebutuhan – kebutuhan pokok saja, tetapi kebutuhan akan prasarana hiburan juga, dengan berbagai aktivitas kerja yang sangat tinggi diperlukan tempat bersantai yang mampu menghilangkan penat dan kejenuhan dari berbagai aktivitas salah satunya adalah kafe.

Kafe telah menjadi fenomena bahkan budaya baru yang menjawab kebutuhan masyarakat modern. Berkurangnya ruang yang nyaman dan fleksibel membuat kafe menjadi ruang alternatif yang perlahan menjadi pilihan utama untuk bersosialisasi dan berinteraksi. Bagi kalangan mahasiswa kafe merupakan pilihan yang tepat untuk mengisi waktu. Tidak heran kenapa saat

ini banyak kafe yang bermunculan di sekitar kampus bahkan di dalam kampusitu sendiri. Hal yang tidak asing lagi dijumpai banyak mahasiswa duduk berkelompok di sebuah ruangan kafe berdiskusi sambil menatap layar laptop membuka lembar buku serta kertas-kertas dan pulpen berserakan di antara cangkir-cangkir minuman dan piring-piring makanan kecil (Wardhana, Hendra., 2015).

Berkumpul atau nongkrong dikafe telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat Indonesia. Kebiasaan tersebut lahir dari perubahan gaya hidup Masyarakat yang menginginkan sesuatu yang praktis dalam pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman. Hal tersebut yang akhirnya mendorong para pelaku bisnis untuk merintis bisnis ritel dalam bidang kuliner berupa kafe dan resto. Banyaknya usaha serupa mewajibkan pemilik kafe untuk lebih memahami keinginan pasar sasaran secara lebih spesifik. Pemilik kafe harus memutar otak untuk menemukan cara untuk mendapatkan perhatian serta minat konsumen untuk mengunjungi kafe mereka, hal ini dikarenakan banyak cafe yang menjual hal yang hampir sama.

Dengan menciptakan cita rasa dan suasana kafe yang menarik dapat memunculkan minat konsumen untuk mengunjungi kafe dan kemudian didukung dengan layanan yang berkualitas memungkinkan untuk terciptanya kepuasan konsumen, apabila konsumen merasa puas maka tidak menutup kemungkinan bagi mereka untuk melakukan pembelian di kemudian hari dan tidak menutup kemungkinan bagi mereka yang merasa puas untuk menjadi pelanggan tetap di Kafe tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*Outcome*) yang sama atau

melebihi harapan dari konsumen Menurut Daryanto & Setyobudi dalam (Mursida & Anna, 2017). Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah cita rasa. Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut (Indrasari, 2017). Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah suasana. Suasana cafe merupakan salah satu faktor yang menunjang bisnis cafe dimana suasana yang ada dan tercipta membuat konsumen merasa berbeda untuk setiap cafe yang mereka datangi. Suasana dalam sebuah cafe dapat mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen sehingga dapat terjadi proses pembelian. Suasana cafe yang tercipta melalui eksterior dan interior, suara atau gemuruh, musik, penerangan dan lainnya pada akhirnya dapat membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen (Dionisius Apecilus Nggaur, 2018).

Berkaitan dengan penjelasan diatas, objek dalam penelitian ini adalah salah satu kafe yang terletak di Kabupaten majene yaitu Sudut Lagi. Saat ini Sudut lagi telah memiliki beberapa cabang yang ada di Provinsi sulawesi selatan dan sulawesi barat. kafe Sudut Lagi yang terletak di kecamatan Banggae Timur kabupaten Majene buka pada tahun 2019 lalu.

Peneliti juga menemukan beberapa fenomena dalam kafe sudut lagi kecamatan Banggae timur kabupaten Majene terkait Cita rasa dimana adanya varian rasa dan campuran alami dalam makanan dan minuman untuk memberikan sentuhan unik pada Cita rasa. Namun ada pula dimana beberapa pelanggan menganggap rasa terlalu eksperimental. Namun terkait dengan suasana ada beberapa keluhan yaitu adanya ketersediaan parkir yang kurang

memadai, pencahayaan cafe di bagian indoor terlihat lebih gelap. Namun beberapa konsumen merasa karyawan yang kurang ramah, serta lamanya karyawan dalam menyajikan makanan dan juga beberapa pelanggan merasa suasana di kafe Sudut lagi kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene terlalu bising dengan adanya permainan bilyard di bagian kafe. Dengan adanya beberapa keluhan yang dirasakan oleh konsumen kemungkinan mempengaruhi tingkat kepuasan pada konsumen.

Berdasarkan yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik mengangkat judul penelitian tentang **Pengaruh Cita Rasa Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan banggae timur Kabupaten Majene.**

B. Rumusan Masalah

Masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene?
2. Apakah Suasana berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Cita Rasa terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene.

D. Manfaat Penelitian

1. Penulis

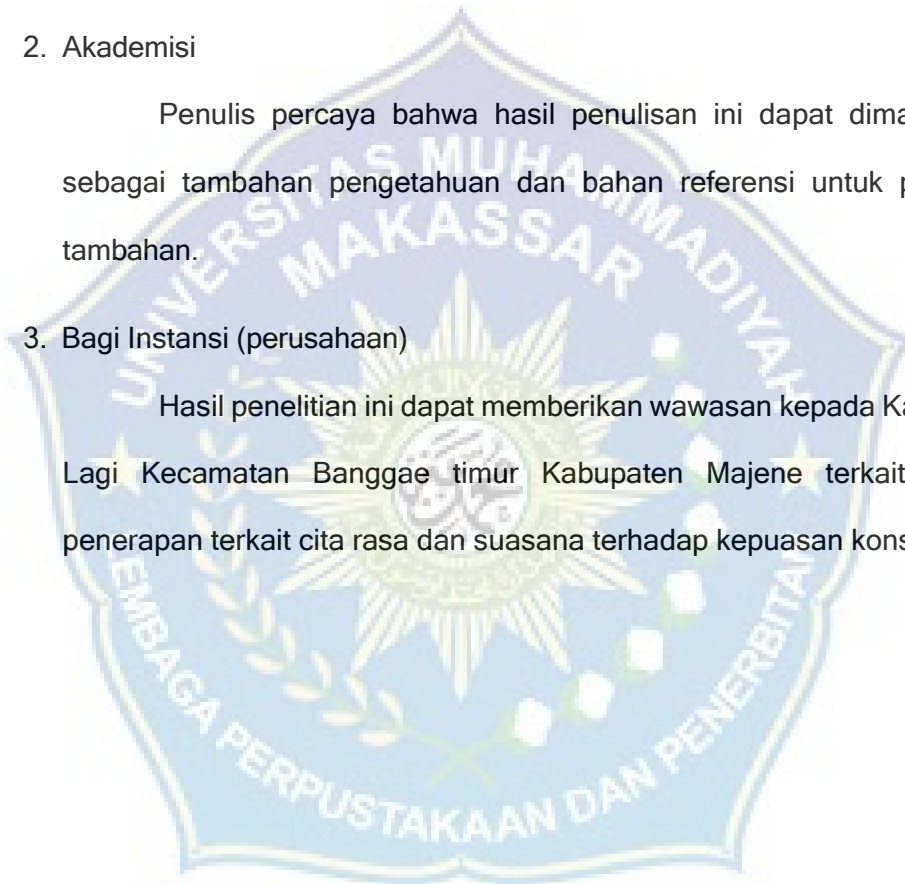
Penulis percaya bahwa tulisan ini dapat menjadi wadah untuk memperluas wawasan dan informasi pencipta dalam ilmu administrasi khususnya pemasaran. Para eksekutif dan ilmu terkait lainnya, yang telah diperoleh sejauh ini untuk menangani masalah nyata dilapangan.

2. Akademisi

Penulis percaya bahwa hasil penulisan ini dapat dimanfaatkan sebagai tambahan pengetahuan dan bahan referensi untuk penelitian tambahan.

3. Bagi Instansi (perusahaan)

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene terkait dengan penerapan terkait cita rasa dan suasana terhadap kepuasan konsumen.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pengertian pemasaran

Pemasaran pada praktiknya sudah ada sejak zaman peradaban kuno. Bangsa Yunani kuno. Bangsa Yunani Kuno dan Romawi telah mempraktikkan ilmu dagang dan secara aktif berkomunikasi persuasive kepada konsumennya. Namun, konsep pemasaran modern yang dikenal saat ini baru muncul dan berkembang di masa Revolusi Industri yang terjadi pada abad ke-18 dan ke-19. Periode ini ditandai dengan munculnya perubahan-perubahan sosial yang didorong oleh perkembangan teknologi dan inovasi ilmu pengetahuan. Salah satu perubahan tersebut adalah munculnya industri-industri yang memproduksi barang konsumsi secara massa. Hal ini didukung pula oleh perkembangan moda transportasi dan munculnya media massa yang mengharuskan produsen menemukan cara mengelola distribusi barang dan jasa.

Sejak awal abad ke-20 hingga beberapa tahun pasca perang dunia ke-II, kompetisi bisnis semakin meningkat dan ilmu pemasaran mulai fokus pindah dari fokus produksi ke fokus penjualan, ilmu komunikasi, periklanan, dan merek mulai menjadi penting saat perusahaan berusaha menjual sebanyak banyaknya barang dipasar yang sudah semakin ramai.

Pemasaran merupakan sebagai disiplin ilmu, bidang kajian riset dan salah satu praktik bisnis mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Pemasaran mengalami perluasan cakupan dari yang semula hanya terbatas pada aspek distribusi kini berkembang hanya mencakup pula

produk, harga, promosi dan relasi dengan para pemangku kepentingan (Stakeholder) dan masyarakat umum (Tjiptono, 2012:)

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang tujuannya untuk menyediakan barang dan jasa bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka, keberhasilan dari usaha pemasaran dapat dilihat dari peningkatan dan keunggulan yang diperoleh. Sedangkan pelanggan merupakan salah satu penunjang kesuksesan suatu usaha yang akan dirintis (Syahputra 2015).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran dilakukan bukan semata-mata untuk menjual barang atau jasa tetapi untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Cita rasa

Cita rasa merupakan suatu wujud nyata yang sudah pasti akan dibawa oleh barang-barang yang dihasilkannya (Sari, 2013). Semua konsumen akan sangat besar perhatiannya terhadap citarasa tersebut terutama yang akan dipergunakan oleh dirinya sendiri atau keluarganya. Berbicara tentang Cita rasa suatu produk memang mempunyai peranan yang cukup penting dan sangat menentukan dalam proses pemilihan jenis produk. Sebab dengan penampilan yang mampu memberikan Citarasa yang khas dan sesuai selera konsumen, maka kecenderungan pembelian untuk membeli produk akan sangat kuat. Reaksi konsumen terhadap rasa pada produk, seperti rasa asin, manis, vanilla, coklat dan lain-lain, dapat dipengaruhi oleh mutu, variasi, rasa, dan inovasi rasa secara keseluruhan dari produk tersebut (Arbiantoro Tri, 2018).

Indikator - Indikator Cita Rasa Bisa mempengaruhi adanya tiga faktor,yaitu bau, rasa serta rangsangan mulut Menurut Garrow dan James,(dalam jurnal Maimunah, 2020)

1 Bau

Bau adalah suatu komponen dari cita rasa pada makanan atau minuman yang dapat memberikan sebuah aroma dan juga bisa mengetahui dari adanya rasa yang terdapat di makanan tersebut.

2 Rasa

Rasa bisa dikenali dengan adanya kuncup cecepan yang letaknya di papilla yaitu pada bagian noda darah jingga yang terletak di lidah Pada anak kuncup-kuncup perasa terletak pada faring, dan pelata pada bagian langit-langit yang lunak ataupun keras dan juga terletak di lidah.

3 Rangsangan Mulut

Rangsangan mulut adalah sebuah perasaan seseorang yang timbul setelah menelan suatu minuman yang sifatnya bisa merangsang syarat perasa terdapat dibawah kulit muka, lidah, ataupun pada gigi yang bisa menimbulkan perasaan. Cita rasa dapat mempengaruhi tekstur suatu bahan karena dapat ditimbulkan dari bahan tersebut. Jadi dapat dikatakan penelitian ini dapat memperoleh suatu perubahan tekstur, jika bahan bisa membuat rasa atau bau yang ditimbulkan bisa berubah karena mempengaruhi kecepatan dalam timbulnya suatu rangsangan pada sel reseptor olfaktori atau kelenjar air liur, karena bahan yang semakin kental, akan dapat mengakibatkan rasa, bau maupun cita rasa yang semakin berkurang dalam penerimaan terhadap intensitas tersebut.

3. Suasana

Menurut (Arif & Ekasari, 2021) menyatakan store atmosphere adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk. Suasana (atmosphere) secara umum dapat diartikan sebagai seluruh elemen fisik dan nonfisik dari perusahaan yang dapat berdampak pada sikap pelanggan terhadap perusahaan (Febriani & Fadili, 2021). Suasana atau atmosphere adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian, untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat itu (Rooroh et al., 2020). Pelanggan yang memberikan respon positif akan berbelanja lebih lama sehingga akan mempengaruhi terjadinya impulse buying, sedangkan pelanggan yang memberikan respon negatif biasanya akan cepat meninggalkan tempat perbelanjaan. Selain itu juga, suasana memiliki cakupan strategi bisa dikelompokkan menjadi *Instore* dan *Outstore*. Suasana bisa dipahami sebagai penataan ruang dalam (*Instore*) dan ruang luar (*Outstore*) yang dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan.

Store Atmosphere atau atmosfer toko merupakan karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesan dan menarik pelanggan (Widyantoet al 2014). Utami (2010) dalam jurnal Cindy Silvianty Sengkey dan Rudy Steven Wenas (2016) mengemukakan pengaruh keadaan toko adalah dari karakter keadaan toko, seperti arsitektur, tata letak, penanda,

pemajangan, warna, pencahayaan, temperatur, musik serta aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen.

Untuk mengukur suasana toko (*Store atmosphere*) menurut (Berman, Evans, 2010) ada beberapa yaitu:

1 *Exterior* (Bagian Luar Cafe)

Satu tanda yang digunakan untuk memajang nama atau logo suatu cafe. Pintu masuk harus dirancang sebaik mungkin, sehingga dapat mengundang konsumen untuk masuk. Keunikan suatu cafe bisa dihasilkan dari desain bangunan cafe yang lain dari yang lain.

2 *General Interior* (Bagian Dalam Cafe)

Yang paling utama yang dapat membuat penjualan setelah pembeli berada di toko adalah display. Desain interior dari suatu toko harus dirancang untuk memaksimalkan visual merchandising. Display yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa, dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian. Ada banyak hal yang akan mempengaruhi persepsi konsumen pada toko tersebut, misalnya penentuan jenis lantai, color and lightening (warna dan pencahayaan), scent and sound (aroma dan musik), fixture (penempatan), wall texture (tekstur tembok), temperature (suhu udara), width of aisles (lebar gang), personel (pramusaji), price (harga), cash refister (kasir), technology modernization (teknologi), cleanliness (kebersihan).

3 *Room Layout* (Tata Ruang Cafe)

Room layout atau tata letak ruangan mengacu pada cara ruangan diatur atau diorganisir untuk memaksimalkan fungsionalitas, kenyamanan,

dan estetika. Ini mencakup penempatan furniture, dekorasi, dan elemen-elemen desain lainnya dalam suatu ruangan. Tata letak ruangan memainkan peran penting dalam menciptakan atmosfer yang diinginkan dan memenuhi kebutuhan pengguna ruangan tersebut.

4 *Interior Point of interest Display* (Dekorasi Pemikat Dalam Toko)

Pengelola toko harus mempunyai rencana dalam penentuan lokasi dan fasilitas toko. Pengelola toko juga harus memanfaatkan ruangan toko yang ada seefektif mungkin. Adapun yang termasuk store layout dibedakan menjadi dua macam yaitu allocation of floor space for selling, personnel, and customers yang terdiri dari selling space (ruangan penjualan), personnel space (ruangan pegawai), customers space (ruangan pelanggan). Traffic flow (arus lalu lintas) yang terdiri dari grid layout (pola lurus), loop/racetrack layout (pola memutar), spine layout (pola berlawanan arah), free-flow layout (pola arus bebas).

4. **Kepuasan konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan (Nugroho, 2015). Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran semau apa pelanggan melakukan pembelian lagi.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa

seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan informasi-informasi tersebut, dapat dipahami bahwa kepuasan konsumen adalah kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi.

Menurut (Septiarini, 2022) indikator kepuasan konsumen yaitu:

1. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan, merupakan tingkatan kesesuaian antara kinerja produk yang yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

2. Minat berkunjung Kembali.

Minat berkunjung kembali. Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk dan jasa.

3. Kesediaan merekomendasikan.

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis memaparkan penelitian terdahulu oleh beberapa penulis yang pernah dibaca yang relevan dengan permasalahan yang ditulis penulis menggambarkan penelitian terdahulu dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti dan tahun peneliti	Judul penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Siti Nur Azizah , Drs. Subakti S. Hadi, M.Sc (2020)	PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI INTERVENING VARIABEL PADA PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) ARION MALL	Cita rasa(X1) Harga (X2) Keputusan pembelian (Y1) loyalitas konsumen (Y2)	Metode SEM berbasis Partial Least Square (PLS)	Secara parsial cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial keputusan pembelian berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. secara parsial cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara tidak langsung cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan variabel keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Secara tidak langsung harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan variabel keputusan

					pembelian sebagai variabel intervening signifikan terhadap kepuasan konsumen
2	Dede Hertina, Mochamad Hadidsyams Prawira Dirgasurya(2023)	Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Bengkel Berguna Motor di Kota Cimahi)	Harga (X1), Lokasi (x2), Kualitas pelayanan (x3), Kepuasan konsumen (Y)	Penelitian ini memakai pengujian instrument data dengan uji validitas dan reliabilitas. Adapun pengujian hipotesis pada uji teliti ini yakni melakukan uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial, dan uji simultan.	Hasil uji teliti menunjukkan bahwa secara parsial atau berdasarkan uji parsial, variabel Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara signifikan memiliki pengaruh pada Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan perolehan Fhitung sebesar 96,681 > Ftabel sebesar 2,76, dari hal tersebut menunjukkan bahwasanya ketiga independen variable yang terdiri dari Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara simultan pada Kepuasan Konsumen
3	Kogoya et al. (2021)	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Bakso Kabut	Harga (x1), pelayanan (x2), produk (x3), lokasi (x4), kepuasan pelanggan (y).	Metode dalam penelitian ini adalah survei. Teknik analisis data menggunakan uji reabilitas, uji analisis regresi berganda, dan uji t dan f.	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kualitas pelayanan dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap

		Kabupaten Jember			kepuasan pelanggan. dan harga merupakan variabel yang paling dominan dengan demikian harga yang ditawarkan kepada pelanggan kompetitif. Bagi para pengelola warung-warung makan bakso kabut, sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan
4.	Gunardi & Erdiansyah (2019)	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku	Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (x2), Kepuasan Pelanggan (y)	Teknik analisis dilakukan dengan SEM melalui program Lisrel 8.70.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan diperlukan peningkatan pada kualitas pelayanan pada restoran Mangkok Ku.
5	Pebriantika et al. (2022)	Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan terhadap	Harga, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen	Teknik pengolahan data hasil dari penelitian yang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan cita rasa tidak memiliki

		Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang		dilakukan ini yaitu dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25 yaitu dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji regresi linear berganda	pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
6	Isna aminatus (2020)	Pengaruh suasana café dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dimerdeka café nganjuk	Suasana (x1), kualitas layanan (x2), kepuasan konsumen (y).	Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS 23.0.	Hasil penelitian Berdasarkan hasil uji F, nilai sig $0,000 < 0.05$ yang dapat diartikan bahwa dua variable bebas yang digunakan yaitu suasana cafe dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk. Dengan demikian hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat diterima.
7	Safavi & Hawignyo (2021)	Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar	Kualitas pelayanan (x1), citra merek (x2) kepuasan konsumen (y).	Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik Analisis Rentang Skala dan Analisis Jalur dengan bantuan program komputer Microsoft Excel 2013 dan SPSS versi 16	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar XL Axiata sebesar 2,4%. Sedangkan citra merek secara parsial berpengaruh terhadap

					kepuasan konsumen kartu prabayar XL Axiata sebesar 30,1%. Kemudian, adanya pengaruh simultan kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar XL Axiata secara positif dan signifikan sebesar 32,5% sedangkan 67,5% dijelaskan oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti.
8	Mega Lestari, Abd. Kodir, R. Jaelani, Restu Millanintyas (2021)	Pengaruh Kualitas Makanan, Suasana Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Cafe Photokopi di Kota Malang)	Kualitas makanan (X1) Suasana (X2) Kewajaran harga (X3) Kepuasan pelanggan (Y)	Alat analisis yang digunakan yaitu dengan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 22	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa: 1. Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga maka minat beli konsumen akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya. 2. Kualitas Makanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik

					<p>Kualitas Makanan maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.</p> <p>3. Suasana berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik Suasana maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.</p> <p>4. Kewajaran Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik Kewajaran Harga maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.</p>
9	Intan Syafriani Heriyana Yusniar (2022)	Pengaruh Kualitas Makanan Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza House Di Kota Lhokseumawe	Kualitas makanan (X1) Suasana (x2) Kepuasan konsumen (Y)	analisis linear berganda dengan program SPSS versi 24	<p>Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam pengaruh kualitas makanan dan suasana terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe, dapat disimpulkan bahwa: 1. Pada tingkat Kualitas Makanan (Warna, Penampilan, Porsi, Bentuk, Temperatur, Tekstur, Aroma, Tingkat Kematangan Dan</p>

					<p>Rasa), ditemukan bahwa indikator yang memiliki mean tertinggi "Tekstur" ini menunjukkan bahwa Restoran Pizza House dapat mempertahankan untuk memberikan tekstur makanan yang renyah dan empuk saat dimakan konsumen. Dengan demikian, kualitas makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe. 2. Pada tingkat Suasana (Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Cleaning/Kebersihan, Aroma Dan Musik Serta Temperatur/Suhu), ditemukan bahwa indikator yang memiliki mean tertinggi "Cleaning/Kebersihan" ini menunjukkan bahwa Pizza House dapat mempertahankan kebersihan agar terlihat bersih, rapi dan nyaman dipandang oleh mata. Dengan demikian,</p>
--	--	--	--	--	--

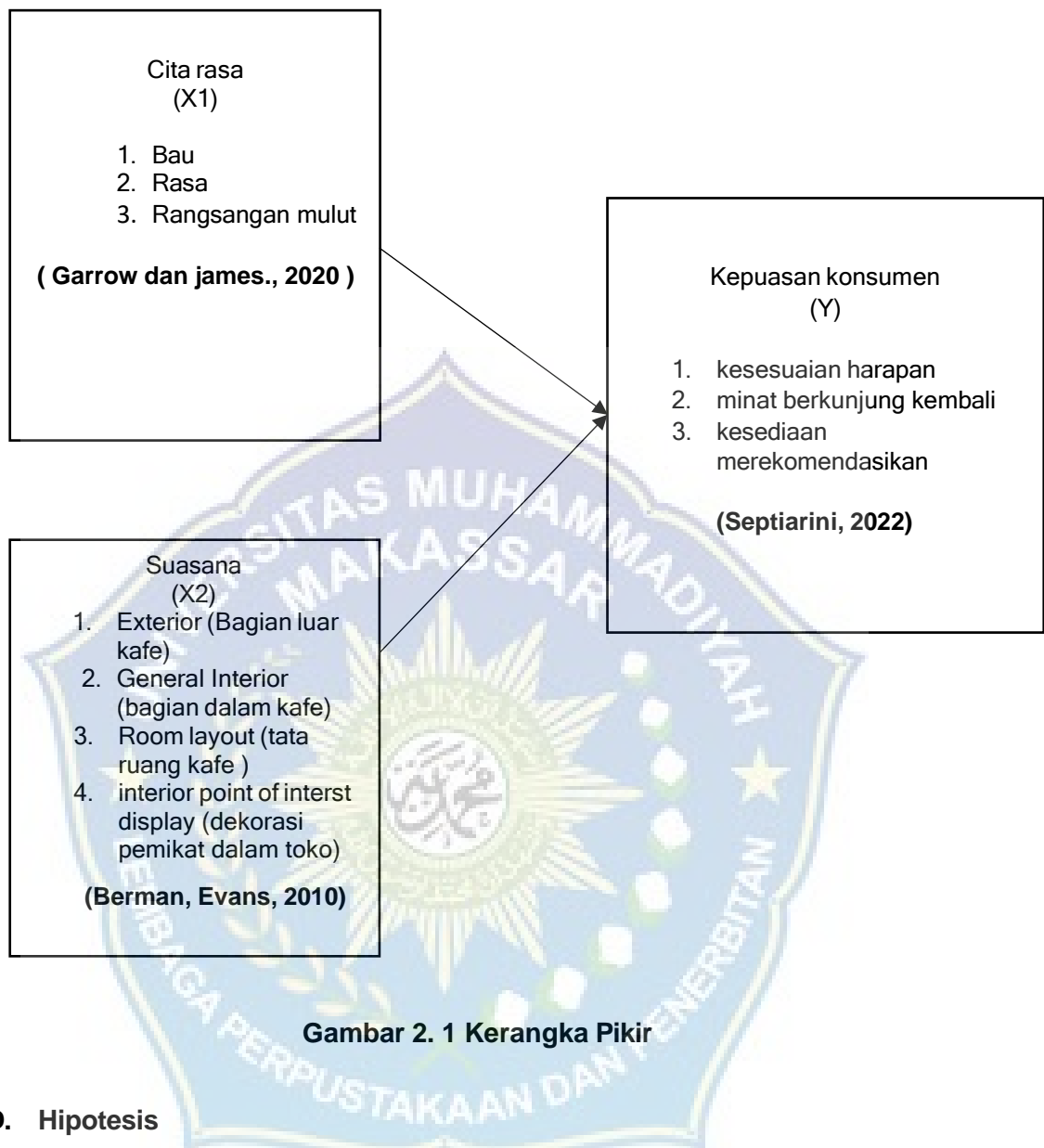
					<p>suasana secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe. 3. Secara simultan Kualitas Makanan dan Suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe.</p>
10	<p>Ni Putu Indah Sri Antari, Ni Putu, Nita Angraini 2 Pande Ketut Ribek (2022)</p>	<p>Pengaruh Promosi, Suasana cafe dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada Hangout acoustic cafe Gianyar</p>	<p>Promosi (X1) Suasana Café (X2) Kualitas pelayanan (X3) Terhadap pelanggan (Y)</p>	<p>Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda</p>	<p>maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut: 1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, peningkatan atas promosi akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan. 2) Suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, semakin nyaman suasana cafe maka kepuasan pelanggan akan meningkat. 3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan</p>

					signifikan terhadap kepuasan pelanggan, peningkatan atas kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan.
--	--	--	--	--	---

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir disusun untuk memberikan gambaran mengenai alur penelitian yang akan dilakukan nantinya. Maka digambarkan kerangka pemikiran penelitian ini sesuai dengan table yang diperlihatkan dibawa. Variabel (Y) terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dan variabel bebas (X) adalah Cita rasa (X1), Suasana (X2). Kerangka pemikiran untuk penelitian ini digambarkan sebagai berikut.





Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Ada beberapa hipotesis yang muncul terkait penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Diduga Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Sudut Lagi.
2. Diduga Suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Sudut Lagi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Metode deskriptif di gunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh cita rasa, bagaimana pengaruh suasana serta Bagaimana semangat kerja pegawai Pada Cafe Sudut Lagi, Kabupaten Majene. Menurut (Sugiyono 2018) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai Variabel Mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain. Metode kuantitatif Menurut (Sugiyono 2018) menjelaskan bahwa kuantitatif adalah salah satu metode yang dilakukan oleh penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi dan menentukan sampel tertentu, dengan cara mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, yang bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis atau dugaan sementara.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian tersebut menunjukan dan menentukan tempat dimana tempat seseorang meneliti. Penelitian ini akan dilakukan pada kafe Sudut lagi kabupaten Majene yang berlokasi atau berstudi kasus di Labuang,kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Waktu penelitian untuk memperoleh data dilaksanakan pada bulan Maret-April tahun 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Data kuantitatif yang merupakan data atau informasi yang didapatkan dalam bentuk angka-angka yang diperoleh dari jawaban responden terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner berupa nilai atau skor. Dalam bentuk angka ini maka data kuantitatif dapat diproses menggunakan rumus matematika atau dapat juga di analisis dengan system statistik. Menurut Sugiyono, (2018) menjelaskan bahwa kuantitatif adalah salah satu metode yang dilakukan oleh penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan cara mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, yang bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis atau dugaan sementara.

2. Sumber Data

a) Data primer

Data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian yaitu : Pengamatan (observasi) yaitu pengumpulan data dengan cara mengamati, mencatat gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian.

b) Data sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung dari dokumen, data- data, buku-buku, media elektronik, jurnal-jurnal dan sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan persoalan yang akan diteliti.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2018) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah daerah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan ciri eksklusif yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen pada Cafe Sudut lagi sebanyak 150 konsumen.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan 150 sampel yang diambil dari populasi itu. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili.

Dalam penelitian ini populasi dan sampel jenuh yang diambil adalah konsumen pada kafe Sudut lagi yang jumlahnya 150 orang yang akan dijadikan sampel jenuh dalam penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2019) Sampling Jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Sampling Jenuh, dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel

E. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data dengan mengadakan dokumentasi/ pengamatan langsung pada objek yang akan diteliti. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran secara langsung konsumen Cafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene.

2. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono, (2018) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket tertutup, karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Instrumen penelitian merupakan alat 39 yang digunakan oleh seorang yang melakukan suatu penelitian guna mengukur suatu fenomena yang telah terjadi. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu daftar pernyataan yang disusun secara tertulis yang bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban para responden. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minimum skor 1 dan maksimum skor 5, dikarenakan akan diketahui secara pasti jawaban responden, apakah cenderung kepada jawaban yang setuju maupun yang

tidak setuju. Sehingga hasil jawaban responden diharapkan lebih relevan,
Sugiyono (2015)

Tabel 3. 1 Skor Jawaban

NO	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Ragu- Ragu (RR)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2018)

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode yang digunakan peneliti untuk mempelajari benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, foto, notulensi rapat, catatan harian, dan lain-lain.

F. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel objek yang menjadi pedoman dalam melakukan penelitian untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diamati sehingga memudahkan pengukuran variabel. Adapun penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu: Variabel Bebas (Independent Variable) yaitu pengaruh Cita rasa dan suasana dan Variabel Terikat (Dependant Variable) yaitu Kepuasan konsumen.

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Cita Rasa (X1)	Citarasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bau 2. Rasa 3. Rangsangan Mulut
Suasana (X2)	Suatu kesan yang disampaikan oleh lingkungan toko melalui dekorasi, aroma, tata letak dan lainnya untuk menarik respon emosional dan persepsi konsumen dalam memilih tempat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exterior (Bagian Luar Cafe) 2. General Interior (Bagian Dalam Cafe) 3. Room Layout (Tata Ruang Cafe) 4. Interior Point of interest Display (dekorasi pemikat dalam toko)
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung Kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan.

Sumber : Diolah 2024

G. Metode Analisis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, penelitian ini menggunakan:

1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Sebuah metode yang bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi ringkas dan mudah dipahami yang membuahkan hasil. Kajian dan analisis disajikan dalam sebuah artikel ilmiah, yang kemudian diambil kesimpulannya.

2. Uji kualitas data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang menunjukkan seberapa baik alat ukur yang digunakan mengukur apa yang diukur. Aspek lain yang menentukan validitas adalah ketepatan/akurasi pengukuran. Alat ukur yang valid dapat melakukan fungsi pengukuran secara akurat dan ketelitian yang tinggi. Dengan menggunakan uji validitas, kita dapat mengukur valid atau tidaknya suatu survei. Suatu survei dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang ingin diukur oleh survei tersebut. Pengujian ini menghitung kriteria validasi dengan menggunakan program SPSS sebagai berikut: Jika r merupakan hasil bagi hitung; kesimpulan dari tabel tersebut adalah kuesioner valid. Jika r dihitung dari dan; tabel tersebut menunjukkan kesimpulan bahwa item kuesioner tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017), uji reliabilitas mengacu pada sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan item 42 yang sama memberikan

data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara kolektif untuk semua klaim. Tujuan dari suatu ukuran survei harus menjadi indikator suatu variabel. Reliabilitas diukur dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dianggap reliabel jika memberikan nilai Cronbach's alpha dan $\geq 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian hipotesis klasik ini adalah untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan akurat, tidak bias, dan estimasinya konsisten. Menurut Ghozal (2018), uji hipotesis klasik merupakan langkah awal yang digunakan sebelum analisis regresi linier berganda. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa koefisien regresi tidak menyimpang dan konsisten serta akurat dalam estimasi. Uji hipotesis klasik dilakukan untuk menunjukkan bahwa uji yang dilakukan lolos uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas data sehingga dapat dilakukan uji untuk analisis regresi linier..

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozal (2018): "Uji normalitas merupakan salah satu cara untuk menguji apakah variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya dalam suatu model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Dalam pengujian ini sampel Kolmogorov Smirnov, histogram, dan P. Grafik percobaan pada kondisi berikut:.

1. Jika di atas $> 5\%$ atau $0,05$, maka data memiliki distribusi Normal.
2. Jika dibawah $< 5\%$ atau $0,05$ maka data tidak memiliki distribusi Normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Ghozal (2018) menyatakan bahwa: "Multikolinearitas merupakan pengujian model regresi korelasi antar variabel independen." Jika digunakan nilai $VIF \geq 10$ = maka terjadi multikolinearitas atau hubungan variabel, dan jika nilai $VIF \leq 10$ = maka tidak terjadi multikolinearitas atau hubungan variabel.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan model regresi antara periode pengamatan satu dengan periode pengamatan lainnya. Ada dua metode untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu metode grafis dan metode uji statistik..

Untuk mendemonstrasikan apakah terdapat masalah heteroskedastisitas, Anda dapat melakukannya dengan menggunakan scatterplot. Jika sebarannya tersebar secara acak maka menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibangun dan sebaliknya (Mukholidul, 2023)..

d. Uji Linieritas

Menurut Sugiyono (2020), uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan variabel independen dengan variabel dependen linier atau tidak. Jika terdapat hubungan linier maka digunakan analisis regresi linier. Sedangkan jika tidak ada hubungan linier antara dua variabel maka digunakan analisis regresi nonlinier. "Jika $\text{sig} > 0,05$ maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier."

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menguji pengaruh signifikan dan bersama-sama pengendalian internal dan kualitas pelayanan terhadap citra positif

perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Rumus regresi linier berganda adalah:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Cita Rasa

X2 = Suasana

b0 = Konstanta

b1, b2 = Koefisien Regresi

e = Error Standart,

H. Uji Hipotesis

Setelah persamaan regresi didapat, maka tahap berikutnya adalah melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian untuk mengetahui apakah variabel mutasi, promosi jabatan, dapat digunakan untuk memprediksi variabel semangat kerja. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan uji statistik yaitu:

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Zebua, (2020) Uji statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel mutasi, promosi jabatan, dapat digunakan untuk memprediksi variabel semangat kerja. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar dari 0,05 (α), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

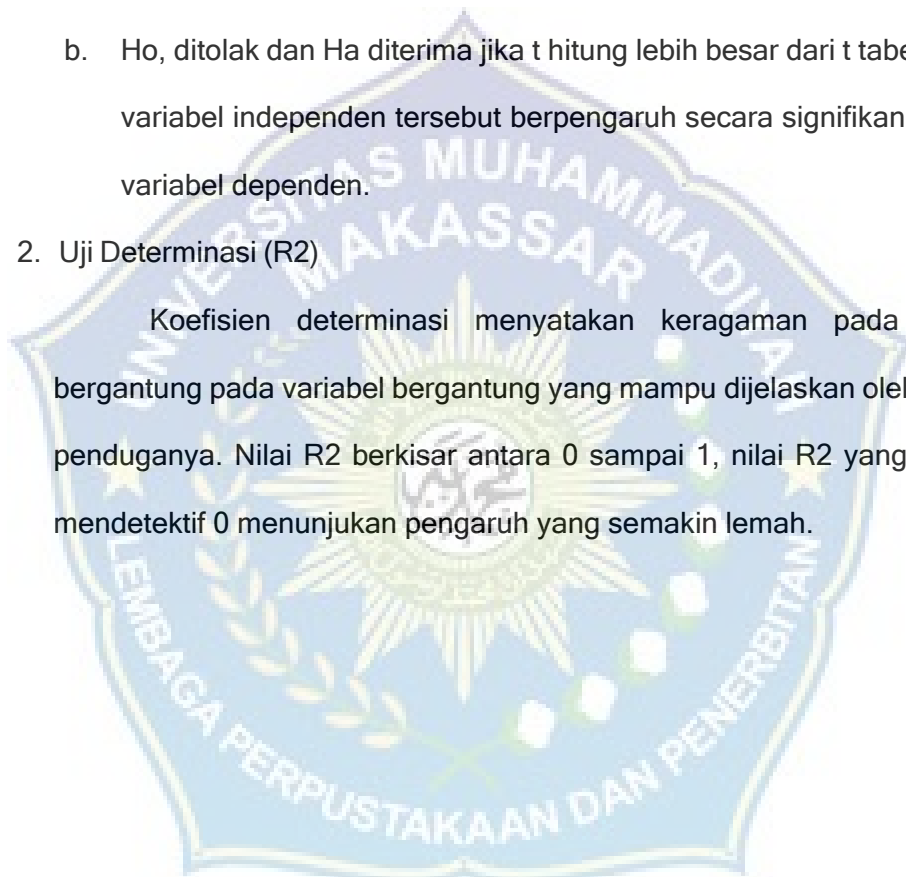
Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari 0,05 (α), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. H_0 , diterima dan H_a ditolak jika t hitung kurang dari t tabel. Artinya variabel independent tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. H_0 , ditolak dan H_a diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel. Artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menyatakan keragaman pada variabel bergantung pada variabel bergantung yang mampu dijelaskan oleh variabel penduganya. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, nilai R^2 yang semakin mendeteksi 0 menunjukkan pengaruh yang semakin lemah.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat kafe Sudut lagi

Pada tahun 2022, sebuah kafe bernama "Sudut Lagi" didirikan di kabupaten Majene yang di mulai oleh pemiliknya pak Samsuddin dan seorang pemilik brand bernama Riki Adnan dari kota Pinrang, pada saat dibukanya kafe sudut lagi di kabupaten majene, kafe ini dibuka dengan kontrak dua tahun yang disetujui oleh pemiliknya karena membawa pengalaman dan ide-ide segar untuk memperkaya konsep kafe. Sehingga kafe ini menjadi tempat yang populer di wilayah tersebut, terutama karena gaya unik dan suasana yang nyaman yang ditawarkannya. Pemiliknya, Pak Samsuddin, memiliki visi untuk menciptakan tempat berkumpul yang menyenangkan bagi masyarakat setempat. Dengan dedikasi dan inovasi, Sudut Lagi berhasil menjadi salah satu destinasi favorit bagi pengunjung di kabupaten Majene.

Adapun data jumlah karyawan pada kafe sudut lagi kecamatan banggae timur kabupaten majene yang berjumlah 20 karyawan.berikut jumlah data karyawan :

Tabel 4. 1 Data karyawan Kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene

No	Jenis jabatan	Jumlah
1	Owner	1
2	Manager	1
3	Keuangan dan adm	2
4	Barista	1
5	Waiter	9

6	Kitchen staff	4
7	Chef	2
Jumlah		20

Sumber : Data karyawan Kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene

Tabel 4. 2 Data Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	13
2	Perempuan	7
Jumlah		20

Sumber : Data karyawan Kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene

2. Visi Misi

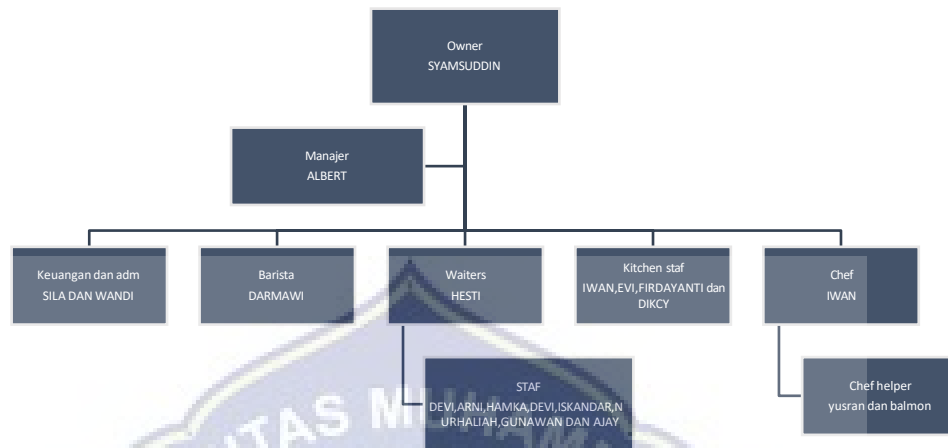
a. Visi

Menjadikan Sudut lagi Majene sebagai Tempat dan Rasa untuk dikenang bagi para Pelanggan, dengan memberikan pelayanan yang terbaik, produk yang berkualitas serta tempat dan atmosfer yang nyaman, sehingga menjadikan restoran & kafe sebagai pilihan utama.

b. Misi

- 1) Kami berkomitmen untuk membentuk tim yang solid yang dapat melayani secara profesional serta mempunyai etika bisnis yang baik.
- 2) Menjaga standarisasi dalam menyediakan makanan dan minuman yang segar, sehat, lezat, bervariasi dan higienis dengan harga yang bersaing.
- 3) Menciptakan atmosfer yang natural dan relax dengan fasilitas-fasilitas yang menunjang demi meningkatkan kenyamanan pelanggan.
- 4) Kami berkeyakinan bahwa kepuasan pelanggan, adalah kunci untuk keberhasilan Restoran dalam memperoleh keuntungan, mempertahankan keberadaan dan mencapai pertumbuhan.

3. Struktur organisasi Cafe sudut lagi



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene

4. Uraian tugas dan tanggung jawab

a. Owner

Tugas dari owner adalah Untuk mendirikan dan mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misinya. Ia juga bertanggung jawab terhadap seluruh aset perusahaan, baik itu aset finansial maupun aset lainnya.

b. Manager

Tugas dari manager adalah mengawasi staf memastikan layanan pelanggan yang sangat baik menangani pemesanan dan inventaris. adapun tanggung jawabnya yaitu mengatur dan mengelola operasional kafe sehari-hari.

c. Keuangan dan adm

Adapun tugas dan tanggung jawabnya yaitu Memonitor dan mengelola arus kas harian kafe, termasuk penerimaan dari penjualan dan pembayaran kepada pemasok, Mengelola kas kecil dan melakukan

rekonsiliasi harian, Membuat dan memantau anggaran keuangan untuk operasional kafe, termasuk biaya operasional, pembelian bahan baku, dan overhead lainnya dan Memastikan kepatuhan terhadap kebijakan keuangan kafe.

d. Barista

Tugas pada Barista yaitu adalah menyajikan berbagai menu kopi, barista juga bertanggung jawab untuk meracik dan menyediakan menu lain.

e. Waiters

Tugas dan tanggung jawab waiter adalah membersihkan dan menyiapkan semua peralatan makan dan minum, lalu meletakkannya sesuai dengan tempat. Menata secara keseluruhan meja restoran agar siap untuk dipakai.

f. Kitchen staff

Tugas dan tanggung jawab kitchen staff adalah membersihkan semua peralatan memasak dan area penyimpanan sesuai dengan peraturan keamanan pangan. Mengawasi staf dapur dalam menggunakan mesin dan fasilitas lainnya secara efisien.

g. Chef

Tugas dan tanggung jawab chef adalah memasak dan menyiapkan makanan sesuai dengan pesanan yang masuk pada dapur dan membuat kreasi berbagai jenis makanan sesuai dengan bidang keahliannya.

B. Hasil penelitian

1. Karakteristik responden

a. Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dikelompokkan menjadi 2 jenis yaitu Laki-laki dan Perempuan, untuk lebih jelasnya maka disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	85	56.7	56.7	56.7
	Wanita	64	42.7	42.7	99.3
	11.00	1	.7	.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Sumber : Olah Data Primer

Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden jenis kelamin pria yang mana jenis kelamin pria berada pada angka 85 responden (56.7%), sedangkan jenis kelamin wanita berada di angka 64 responden (42,7%) atau berada pada posisi bawah dari jenis kelamin pria.

b. Karakteristik responden menurut umur

Sebagaimana penetapan karakteristik responden, maka peneliti menyajikan karakteristik ini dalam bentuk sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Menurut Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 Tahun	40	26.7	26.7	26.7
	21-30 Tahun	107	71.3	71.3	98.0
	31-40 Tahun	3	2.0	2.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Sumber : Olah Data Primer

Berdasarkan uraian tabel diatas maka diperoleh hasil dari karakteristik responden dari segi umur, maka dapat diasumsikan bahwa mayoritas konsumen pada kafe sudut lagi berumur 21 sampai 30 tahun dengan perolehan angka sebesar 107 responden, selanjutnya umur yang 15 sampai 20 mencapai 40 responden, selanjutnya indikator pada umur kisaran 31 sampai 40 dengan perolehan angka 3 responden.

2. Analisis deskriptif variabel

Analisis deskriptif kuantitatif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data numerik. Metode ini mencakup berbagai teknik statistik yang digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menyimpulkan data numerik. Selanjutnya hasil data yang telah dianalisis dan diperoleh oleh peneliti disajikan secara sistematis berikut ini.

a. Analisis variabel Cita rasa (X1)

Analisis deskriptif variabel Cita rasa dalam penelitian ini didasarkan pada jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diisi oleh 150 responden yang merupakan dari konsumen pada kafe sudut lagi. Berikut merupakan tanggapan hasil responden dari variabel Cita rasa.

Tabel 4. 5 Analisis Jawaban Responden Pada Variabel X1

No	Item	Skor										Total Nilai	Rata-Rata
		STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
		F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
1	X1.1	1	9	2	76	3	54	4	280	5	75	414	3,0
2	X1.2	1	1	2	64	3	99	4	264	5	90	518	3,4
3	X1.3	1	1	2	48	3	78	4	288	5	120	535	3,5
4	X1.4	1	1	2	38	3	102	4	292	5	115	548	3,6
5	X1.5	1	1	2	40	3	105	4	292	5	105	543	3,6
6	X1.6	1	1	2	34	3	90	4	208	5	125	458	3,0
Rata-Rata pada Variabel X1												3,3	

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan pada tabel diatas, dari hasil rata-rata yang diperoleh pada setiap item pernyataan diperoleh jawaban responden yang berada di antara kurang setuju, setuju, dan sangat setuju. Adapun jawaban responden mayoritas berada di antara setuju dengan sangat setuju. Pada tabel tersebut diperoleh rata-rata jawaban responden pada variabel Cita rasa (X1) yang terdiri dari 6 butir pernyataan yaitu sebesar 3,3 yang berarti responden pada penelitian ini merupakan konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene mempunyai jawaban mayoritas yang berada di antara setuju dan sangat setuju terhadap indikator pada Cita rasa yang meliputi Bau, Rasa dan Rangsangan mulut. responden yang berpartisipasi dalam mengisi instrumen penelitian ini merupakan konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene yang berjumlah 150 konsumen.

b. Analisis variabel Suasana (X2)

Analisis deskriptif variabel suasana dalam penelitian ini didasarkan pada jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diisi oleh 150 responden yang merupakan konsumen kafe sudat lagi. Berikut merupakan tanggapan hasil responden dari variabel Suasana.

Tabel 4. 6 Analisis Jawaban Responden Pada Variabel X2

No	Item	Skor										Total Nilai	Rata-Rata
		STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
		F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
1	X2.1	1	4	2	38	3	69	4	284	5	165	560	3,7
2	X2.2	1	2	2	28	3	84	4	320	5	130	564	3,7
3	X2.3	1	0	2	34	3	84	4	300	5	150	568	3,7
4	X2.4	1	0	2	14	3	93	4	352	5	120	579	3,8
5	X2.5	1	1	2	26	3	81	4	296	5	170	574	3,8
6	X2.6	1	1	2	26	3	81	4	324	5	140	572	3,8
7	X2.7	1	2	2	30	3	60	4	336	5	145	573	3,8
8	X2.8	1	1	2	16	3	84	4	368	5	105	574	3,8
Rata-Rata pada Variabel X2													3,7

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan pada tabel diatas, dari hasil rata-rata yang diperoleh pada setiap item pernyataan diperoleh jawaban responden yang berada di sangat setuju. Adapun rata-rata yang diperoleh jawaban responden pada variabel Suasana (X2) yang terdiri dari 8 butir pernyataan yaitu sebesar 3,7 yang berarti responden pada penelitian ini merupakan konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene mempunyai jawaban sangat setuju terhadap indikator pada Suasana yang meliputi *exterior* (Bagian luar kafe), *General interior* (bagian dalam kafe), *room layout* (tata ruang kafe), *interior point of interest Display* (Dekorasi Pemikat Dalam Toko). Responden yang berpartisipasi dalam mengisi instrumen penelitian ini merupakan konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene yang berjumlah 150 konsumen.

c. Analisis variabel kepuasan konsumen (Y)

Variabel Kepuasan konsumen pada penelitian ini diukur melalui tiga indikator yang dibagi menjadi enam pertanyaan. Hasil jawaban dari variabel kepuasan konsumen dijelaskan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 7 Analisis Jawaban Responden Pada Variabel Y

No	Item	Skor										Total Nilai	Rata-Rata
		STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
		F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
1	X1.1	1	3	2	26	3	84	4	316	5	135	564	3,7
2	X1.2	1	0	2	22	3	78	4	356	5	120	576	3,8
3	X1.3	1	0	2	20	3	69	4	356	5	140	585	3,9
4	X1.4	1	1	2	20	3	72	4	332	5	160	585	3,9
5	X1.5	1	0	2	16	3	84	4	372	5	105	577	3,8
6	X1.6	1	0	2	20	3	72	4	364	5	125	581	3,8
Rata-Rata Pada Variabel Y												3,8	

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan pada tabel diatas, dari hasil rata-rata yang diperoleh pada setiap item pernyataan diperoleh jawaban responden yang berada di setuju. Adapun rata-rata yang diperoleh jawaban responden pada variabel Kepuasan konsumen (Y) yang terdiri dari 6 butir pernyataan yaitu sebesar 3,8 yang berarti responden pada penelitian ini merupakan konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene mempunyai jawaban yang berada di setuju terhadap indikator pada Kepuasan konsumen yang meliputi kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. responden yang berpartisipasi dalam mengisi instrumen penelitian ini merupakan konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene yang berjumlah 150 konsumen.

3. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang menunjukkan seberapa baik alat ukur yang digunakan mengukur apa yang diukur.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Validitas		Keterangan
			r_{hitung}	r_{tabel}	
1.	CITA RASA	X1.1	0,810	0,160	Valid
		X1.2	0,751	0,160	Valid
		X1.3	0,784	0,160	Valid
		X1.4	0,775	0,160	Valid
		X1.5	0,727	0,160	Valid
		X1.6	0,770	0,160	Valid
2.	SUASANA	X2.1	0,788	0,160	Valid
		X2.2	0,715	0,160	Valid
		X2.3	0,811	0,160	Valid
		X2.4	0,745	0,160	Valid
		X2.5	0,810	0,160	Valid
		X2.6	0,804	0,160	Valid
		X2.7	0,789	0,160	Valid
		X2.8	0,687	0,160	Valid
3.	KEPUASAN KONSUMEN	Y.1	0,779	0,160	Valid
		Y.2	0,758	0,160	Valid
		Y.3	0,773	0,160	Valid
		Y.4	0,793	0,160	Valid
		Y.5	0,753	0,160	Valid
		Y.6	0,622	0,160	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan pada tabel diatas, terkait pengujian validitas dengan semua indikator pernyataan yang ada pada kuesioner sebagai alat ukur permasalahan pada penelitian cita rasa Dan Suasana Terhadap kepuasan konsumen pada kafe Sudut lagi Kecamatan Banggae timur kabupaten Majene, peneliti memperoleh hasil dari keseluruhan item pernyataan pada kuesioner yaitu nilai r

hitung lebih besar dari nilai r tabel yaitu sebesar 0,160. Peneliti menyimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner dapat dikatakan valid.

4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan cronbach's alpha dengan nilai alpha 0,6. Jika nilai Output lebih besar dari nilai 0,6 maka dikatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's alpha	reliabilitas
1	Cita rasa	0,856	reliabel
2	Suasana	0,900	reliabel
3	Kepuasan konsumen	0,841	reliabel

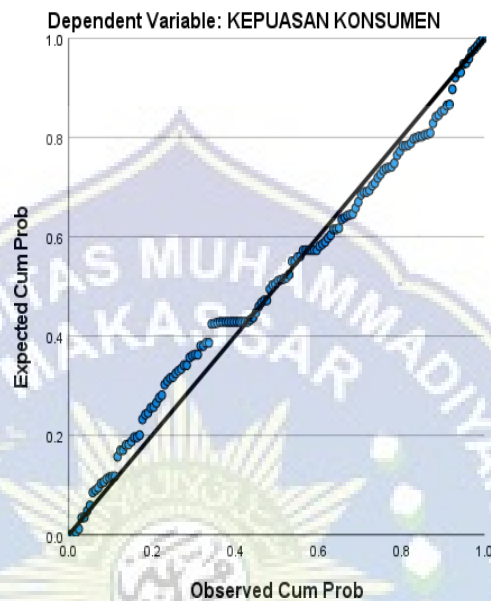
Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

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

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa gambaran data sebenarnya mengikuti garis normalitas maka dapat disimpulkan model regresi memiliki distribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.769	.883		6.536	.000		
	CITA RASA	.204	.053	.256	3.860	.000	.416	2.402
	SUASANA	.427	.044	.644	9.723	.000	.416	2.402

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

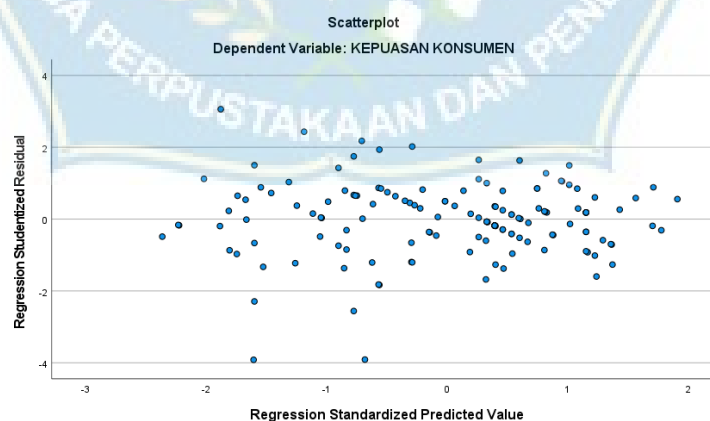
Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menentukan apakah ada korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai toleransi dan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

1. Jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* $> 0,01$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF > 10 atau nilai *Tolerance* $< 0,01$, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan tabel diatas bahwa variabel Cita rasa (X1) dan Variabel Suasana (X2) tidak mengandung gejala multikolinearitas karena nilai Tolerance $0,416 > 0,01$ dan nilai $2,402 < 10$. Maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji heterekodasitas



Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterekodasitas
Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Dari grafik scatterplot yang ada pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar diatas maupun dibawah

angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji linearitas

Uji linearitas adalah uji yang akan memastikan apakah data yang kita miliki sesuai dengan garis linear atau tidak. Uji linearitas regresi dilakukan untuk mengukur derajat keeratan hubungan, memprediksi besarnya arah hubungan itu, serta meramalkan besarnya variabel dependen jika nilai variabel independen diketahui. Dalam hal ini variabel yang akan diuji yaitu pada tabel 4.11 Cita rasa (X1) Suasana(X), dan kepuasan konsumen(Y) dan pada tabel 4.12 Suasana(X2) dan Kepuasan konsumen(Y).

Adapun perumusan hipotesis yang akan diuji untuk uji linearitas data adalah sebagai berikut :

H₀ : Data berpola linear

H₁ : Data tidak berpola linear

Jika data berpola linear maka $sign > \alpha 0,05$ dan jika data tersebut tidak berpola linear maka $sign < \alpha 0,05$. Adapun hasil pengujian linearitas data dengan menggunakan SPSS 27 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas Variabel X1 dan Variabel Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN KONSUMEN * CITA RASA	Between Groups	(Combined)	1186.828	19	62.465	11.200	.000
		Linearity	1068.597	1	1068.597	191.607	.000
		Deviation from Linearity	118.231	18	6.568	1.178	.289
	Within Groups		725.012	130	5.577		
	Total		1911.840	149			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan tabel 4.11, maka diperoleh sign adalah 0,289 berarti dalam hal ini sign lebih besar dari α ($0,289 > 0,05$), sehingga kita dapat diketahui bahwa antara Cita rasa dengan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang linear atau berpola linear.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas Variabel X2 dan Variabel Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN KONSUMEN * SUASANA	Between Groups	(Combined)	1466.749	23	63.772	18.053	.000
		Linearity	1346.642	1	1346.642	381.219	.000
		Deviation from Linearity	120.107	22	5.459	1.545	.071
	Within Groups		445.091	126	3.532		
	Total		1911.840	149			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan tabel di atas hasil uji linieritas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada baris Deviation from Linearity sebesar 0,071. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Suasana (X2) dan kepuasan konsumen (Y) terdapat hubungan yang linier.

6. Analisis Linier Berganda

Pengujian sebelumnya terhadap persyaratan analisis klasik dasar regresi menunjukkan bahwa variabel-variabel yang terlibat memenuhi persyaratan dan asumsi klasik. Penelitian ini akan dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikan dan menginterpretasikan model regresi linear berganda.

Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.769	.883		6.536	.000
	CITA RASA	.204	.053	.256	3.860	.000
	SUASANA	.427	.044	.644	9.723	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan data pada tabel 4.13, maka persamaan linear regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

Nilai konstanta (a) 5,769, nilai cita rasa (b1) 0,204 dan nilai beta suasana (b2) 0, 427. Maka menghasilkan persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini antara lain:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,769 + 0,204X_1 + 0,427X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

X1 = Cita rasa

X2 = Suasana

b0 = Konstanta

b1, b2 = Koefisien Regresi

e = Error Standar

pada persamaan regresi linear berganda diatas, dapat ditarik kesimpulan diantaranya :

- a. Berdasarkan hasil uji persamaan tersebut diperoleh nilai konstanta sebesar 5,769, dimana nilai ini memberikan gambaran jika nilai konstanta dinaikkan satu satuan, maka akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 5,769.
- b. Besarnya nilai koefisien regresi pada b_1X_1 sebesar 0,204, dalam hal ini menandakan bahwa dengan meningkatnya variabel Cita rasa (X_1) maka dapat meningkatkan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,204 dan nilai koefisien regresi ini menandakan variabel Cita rasa berdampak pada produktivitas kerja sebesar 0,204.
- c. Besarnya nilai koefisien regresi pada b_2X_2 sebesar 0,427, dalam hal ini menandakan bahwa dengan meningkatnya variabel Suasana (X_2) maka dapat meningkatkan variabel Kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,427 dan nilai koefisien regresi ini menandakan variabel Suasana berdampak pada kepuasan Konsumen sebesar 0,427.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji hipotesis secara parsial (Uji-t) merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah ada perbedaan signifikan antara dua atau lebih kelompok data yang berbeda. Dalam uji t yang digunakan untuk menguji signifikansi adalah hubungan variabel Cita rasa (X_1), Suasana (X_2), dan variabel kepuasan konsumen (Y). Adapun hasil uji t yang diperoleh pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.769	.883		6.536	.000
	CITA RASA	.204	.053	.256	3.860	.000
	SUASANA	.427	.044	.644	9.723	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan pada tabel diatas, berikut ini penjabaran mengenai hasil yang telah diperoleh adalah sebagai berikut.

- a. Untuk variabel (X1) terhadap variabel (Y) diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai yang diperoleh $3.860 > 0,160$ dan nilai signifikansi yang diperoleh $0,001$ lebih kecil dari nilai $\alpha 0,05$ ($0,001 < 0,05$). Dari nilai yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel (X1) terhadap variabel (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene.
- b. Untuk variabel (X2) terhadap variabel (Y) diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai yang diperoleh $9.723 > 0,160$ dan nilai signifikansi yang diperoleh $0,001$ lebih kecil dari nilai α ($0,001 < 0,05$). Dari nilai yang diperoleh ini dapat disimpulkan bahwa variabel (X2) terhadap variabel (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene
- b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dari hasil regresi linear berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen yaitu keputusan pembelian

konsumen dipengaruhi oleh variabel independen kualitas dan harga produk.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.732	.728	1.86844
a. Predictors: (Constant), SUASANA, CITA RASA				

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V.27

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,732 atau 73,2%. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh cita rasa dan suasana sebesar 73,2% sedangkan 26,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

a. Pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil penelitian variabel (X_1) terhadap variabel (Y) diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai yang diperoleh $3.860 > 0,160$ dan nilai signifikansi yang diperoleh 0,001 lebih kecil dari nilai α 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dari nilai yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel (X_1) terhadap variabel (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene.

Cita Rasa makanan yang sesuai dengan harapan konsumen akan menciptakan rasa puas pada konsumen sehingga memungkinkan konsumen tersebut akan datang secara berulang pada rumah makan tersebut. Menurut Ferrinadewi (2008) rasa dapat digunakan pemasar menawarkan produk dengan berupaya mengasosiasikan rasa tersebut dengan perasaan konsumen. Sehingga jika semakin nikmat rasa kuah bakso, tekstur pentol

memiliki kekenyalan yang pas dan juga memiliki aroma yang sedap karena dari bahan asli maka akan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Cita rasa memiliki peran utama dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di cafe. Ini karena kelezatan rasa adalah elemen kunci yang dinikmati oleh pelanggan saat menikmati hidangan dan minuman di cafe. Rasa yang nikmat dan sesuai dengan preferensi pelanggan dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan mendorong mereka untuk mengunjungi cafe tersebut lagi.

Rasa adalah aspek cita rasa yang paling utama dan harus diperhatikan oleh cafe. Rasa yang lezat dan sesuai dengan selera konsumen akan membuat mereka merasa puas. Cafe perlu melakukan riset untuk mengetahui selera konsumen dan menyajikan menu dengan rasa yang sesuai. Cita rasa merupakan elemen penting dalam pengalaman konsumen di cafe. Cita rasa yang lezat dan sesuai dengan selera konsumen dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong mereka untuk kembali lagi.

Aroma yang harum dan menggoda dapat membangkitkan selera dan menarik minat konsumen. Kafe perlu memperhatikan aroma dari menu yang disajikan, seperti aroma kopi yang segar, aroma teh yang menenangkan, atau aroma kue yang manis. Aroma yang harum dan menggoda juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Aroma yang berasal dari makanan dan minuman dapat membangkitkan selera dan membuat konsumen ingin mencicipinya. Cafe perlu memperhatikan aroma yang dihasilkan dari menu yang disajikan dan memastikan bahwa aromanya harum dan menggoda.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Azizah Dkk (2020) Pengaruh cita rasa dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan

keputusan pembelian sebagai intervening variable pada produk kentucky fried chicken(kfc) arion mall. Menunjukkan bahwa variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang artinya cita rasa yang dihasilkan dari sebuah produk membantu suatu usaha untuk menarik konsumen. Semakin enak rasa yang dihasilkan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.

b. Pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil penelitian menunjukkan (X_2) terhadap variabel (Y) diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai yang diperoleh $9.723 > 0,160$ dan nilai signifikansi yang diperoleh $0,001$ lebih kecil dari nilai α ($0,001 < 0,05$). Dari nilai yang diperoleh ini dapat disimpulkan bahwa variabel (X_2) terhadap variabel (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene. Artinya bahwa semakin menarik suasana café pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene yang ditawarkan maka konsumen dan pelanggan juga akan semakin loyal.

suasana yang nyaman dapat membuat konsumen senang menghabiskan waktu yang cukup lama berada di dalam kafe. Menurut Farasa dan Kusuma (2015) rela menghabiskan waktu yang cukup lama di cafe merupakan sebuah keadaan psikologis seseorang dimana mereka senang, nyaman, dan puas sehingga tanpa sadar mereka telah menghabiskan waktu yang cukup lama di cafe. Penelitian Anggraeni dan Hermiati (2013) menemukan bahwa kondisi bagian dalam dan tatanan segala macam perabot yang ada di dalam berpengaruh terhadap minat beli ulang. Jika tanggapan konsumen mengenai bagian dalam dan bagian luar dari bangunan meningkat,

maka akan menciptakan kepuasan konsumen dan kemudian berpengaruh juga terhadap peningkatan minat beli ulang dari konsumen.

Penelitian oleh Anggraeni dan Hermiati (2013) menemukan bahwa kondisi interior dan penataan semua jenis perabot di dalam cafe memiliki dampak pada minat untuk melakukan pembelian ulang. Jika tanggapan konsumen terhadap bagian dalam dan eksterior bangunan meningkat, akan menciptakan kepuasan konsumen dan selanjutnya mempengaruhi peningkatan minat pembelian ulang dari konsumen.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Kristiana dan Edwar (2017) yang membuktikan suasana cafe dan kualitas layanan mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen. Suasana cafe memang diperlukan dalam suatu usaha, di mana dengan semakin menariknya desain interior dan eksterior bahkan suasana cafe yang diinginkan konsumen pada suatu cafe akan membuat konsumen akan terus datang di tempat tersebut untuk mencari apa yang dibutuhkan. Namun selain suasana cafe masih terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi seorang konsumen.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isna aminatus (2020). Pengaruh suasana café dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di merdeka cafe nganjuk menunjukkan bahwa suasana cafe dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. Hal ini terbukti dengan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 23.0, yang menunjukkan bahwa suasana kafe dan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Cita rasa Untuk variabel (X1) terhadap variabel (Y) diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai yang diperoleh $3.860 > 0,160$ dan nilai signifikansi yang diperoleh $0,000$ lebih kecil dari nilai α $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Dari nilai yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel (X1) terhadap variabel (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene.
2. Variabel Suasana (X2) terhadap variabel (Y) diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai yang diperoleh $9.723 > 0,160$ dan nilai signifikansi yang diperoleh $0,000$ lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$). Dari nilai yang diperoleh ini dapat disimpulkan bahwa variabel (X2) terhadap variabel (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten majene.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan sebelumnya, saran yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Cita rasa memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen ,oleh karena itu pemilik kafe Sudut lagi perlu untuk mendapatkan perhatian serius sehingga dapat dilakukan Upaya terus menerus untuk meningkatkan variasi produknya , anantara lain dengan terus meningkatkan berbagai

rasa agar bisa menyesuaikan yang dihasilkan dengan berbagai menu cita rasa, serta dengan terus melengkapi varian produk makanan dan minuman dari segi ukuran dan tampilan sehingga kepuasan konsumen dapat tercipta.

- b. Suasana berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu pemilik kafe harus memperhatikan dan memperbaiki pada Suasana kafe dengan memperhatikan bagian pencahayaan, pencahayaan merupakan salah satu elemen suasana yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Kafe sebaiknya mempertimbangkan penggunaan pencahayaan yang sesuai dengan tema dan suasana yang ingin diciptakan. Misalnya, pencahayaan yang hangat dan lembut dapat menciptakan suasana yang nyaman dan santai, sedangkan pencahayaan yang lebih terang mungkin lebih cocok untuk kafe yang berkonsep modern dan dinamis.

2. Bagi Peneliti

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, serta untuk menggunakan sampel penelitian yang lebih luas jangkauan konsumen pada kafe sudut lagi Kecamatan Banggae timur Kabupaten Majene.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, N. P. I. S., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). PENGARUH PROMOSI, SUASANA CAFE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HANGOUT ACOUSTIC CAFE GIANYAR. *EMAS*, 3(11), 40-48.
- Arif, D., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ecopreneur*.12, 3(2), 139. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i2.780>
- Ferrinadewi, erna.(2008). Merek & Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran. Graha ilmu : Yogyakarta.
- farasa, Nisa dan Hanson E. Kusuma. 2015. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebetahan di Cafe: Perbedaan Preferensi Gender dan Motivasi. Prosiding Temu Ilmiah IPLBI. Hal: 29-34.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456-463.
- Heranita, C. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GERAI BOBA RICH KARTASURA* (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).
- Hertina, D., & Dirgasurya, M. H. P. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Bengkel Berguna Motor di Kota Cimahi). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(2), 1473-1481.
- Hikmah Dwi Astuti, Nasrul Amanu, F. E. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jasa Kota Metro*. 75-90.
- Indrasari Nopika.(2017).Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yes Delivery Di Plosokandang Tulungagung.Kediri: Universitas Nusantara PGRI
- Kogoya, N., Ismail, A. M., YA, R. P., & Wiguna, A. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Makan Bakso Kabut Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen*, 1(2).
- Konsumen Nasi Uduk Betawi Mpok Tiyah. *Stie Ipwija*, 19-30.
- Lestari, M., Djaelani, A. K., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Kualitas Makanan, Suasana Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Cafe Photokopi di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(4).
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity*

Jurnal MANAJEMEN, 1(2), 57-68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>

- Mursida, & Anna. (2017). Citarasa Dan Keragaman Menu Dalam Mempengaruhi Kepuasan
- Nggaur, D. A. (2018). Pengaruh Harga, Suasana Cafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator. *Journal of Administration Bussiness*, 53(9), 1689-1699.
- Nugroho, Dwi Mulyono. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal OE* vol. 7 no.2 Juli 2015.
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255-262.
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130-139.
- Safavi, V. D. R., & Hawignyo, H. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 142-150.
- Sangadji, Dr Etta Mamang, M.Si dan Dr. Sopiah, M.M., Mpd. 2013. Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di merdeka cafe nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfa Beta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfa Beta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet
- Tjibtono Fandy, Chandra Gegorius. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : ANDI
- Wardhana, Hendra. (2015). Mengunjungi Pasar Gede Solo Pasar Tradisional Terbaik di Jawa Tengah. <https://www.kompasiana.com/>. Diakses pada 1 Oktober 2017
- Yanti Yulianti, Yosini Deliana, 2018. Gaya Hidup Kaitannya Dengan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Minuman Kopi. *Jurnal AGRISEP* Vol. 17 No. 1. Hal: 39 – 50. ISSN: 1412-8837/e-ISSN : 2579-9959.
- Zebua, Y. (2020). Pengaruh Budaya Kerja Dan Promosi Jabatan Dalam

Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Pt. Perkebunan Nusantara Iii Labuhan Haji Labuhanbatu Utara. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 109-124. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i2.1758>

Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123-136.





Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh...

Sebelumnya saya ucapkan banyak terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Daftar pernyataan ini dibuat dengan maksud tujuan-untuk mengumpulkan data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul: “ **Pengaruh Cita Rasa Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen.**”

A. Identitas Responden

1. Nama : _____
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Usia : 15-20 Tahun 31-40 Tahun
 21-30 Tahun > 41 Tahun

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini tolong Bapak/Ibu/Saudara(i) mengisi identitas anda terlebih dahulu dengan kategori yang telah disediakan.
2. Diharapkan Bapak/Ibu/Saudara(i) membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
3. Bapak/Ibu/saudara(i) silahkan memberi tanda checklist (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihan alternatif jawaban.
4. Untuk setiap butir pernyataan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban yang tersedia.
5. Jika terjadi kesalahan dalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda checklist (√) pada kolom yang sesuai.

6. Semua pernyataan yang ada, mohon diharapkan dijawab tanpa ada satupun yang dikosongkan.

C. Keterangan Jawaban

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

1. Cita rasa (X1)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Bau						
X1.1	Aroma yang menyenangkan dari makanan atau minuman di café dapat meningkatkan pengalaman rasa secara keseluruhan.					
X1.2	Ketika memilih menu di café, aroma yang tercium sering menjadi faktor penentu dalam Keputusan saya.					
Rasa						
X1.3	Saya merasa bahwa rasa dari makana ini memuaskan selera.					
X1.4	Saya merasa bahwa makana dan minuma ini menghadirkan pengalaman rasa yang mengunggah selera.					
Rangsangan Mulut						

X1.5	Saya merasa bahwa rangsangan mulut dari cita rasa di café ini dapat meningkatkan pengalaman kuliner saya.					
X1.6	Saya merasa bahwa café ini berhasil menciptakan sensasi mulut yang unik dan mengundang.					

2. Suasana (X₂)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Exterior (Bagian Luar Cafe)						
X2.1	Saya merasa bahwa bagian luar café menciptakan suasana yang nyaman dan mengundang.					
X2.2	Saya merasa bahwa area luar café ini cocok untuk bersantai dan berkumpul dengan teman.					
General Interior (Bagian Dalam Cafe)						
X2.3	Saya merasa bahwa <i>General interior</i> café ini menciptakan suasana yang cocok untuk bersantai atau bekerja.					
X2.4	Saya merasa bahwa <i>General interior</i> cafe ini menciptakan suasana yang menyenangkan.					
Room Layout (Tata Ruang Cafe)						
X2.5	Saya merasa bahwa tata ruang café ini dalam memaksimalkan kapasitas tanpa mengorbankan kenyamanan pengunjung.					
X2.6	Saya merasa bahwa pengaturan alokasi ruangan dalam café menarik.					
Interior Point of interest Display (dekorasi pemikat dalam toko)						

X2.7	Saya merasa bahwa tata ruang café ini memungkinkan interaksi sosial antar pengunjung dengan baik.					
X2.8	Saya merasa bahwa dekorasi café mencerminkan tema atau konsep yang konsisten dengan identitas tempat ini.					

3. Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
kesesuaian harapan						
Y.1	Saya merasa bahwa kesesuaian harapan dengan bagian luar café sesuai dengan apa yang diharapkan.					
Y.2	Saya merasa bahwa kesesuaian harapan dengan bagian dalam café sesuai dengan apa yang di harapkan.					
Minat Berkunjung Kembali						
Y.3	Saya merasa bahwa akan kembali berkunjung ke café ini.					
Y.4	Saya merasa bahwa cafe ini layak untuk di rekomendasikan berdasarkan pengalaman kunjungan saya.					
kesediaan merekomendasikan						
Y.5	saya merasa bahwa café ini memiliki daya tarik yang cukup untuk orang lain tertarik untuk mengunjunginya.					
Y.6	Saya meraa bahwa café ini memiliki keunggulan yang cukup untuk membedakannya dari tempat lain yang serupa.					

LAMPIRAN 2

VARIABEL CITA RASA X1

NO	CITA RASA (X1)						TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	3	4	4	4	4	4	23
2	3	4	3	3	4	3	20
3	3	4	5	5	5	5	27
4	3	5	4	4	4	4	24
5	3	4	4	4	5	4	24
6	3	4	4	4	4	4	23
7	3	3	4	4	4	4	22
8	3	2	4	4	4	5	22
9	3	4	4	4	4	4	23
10	3	4	4	4	4	4	23
11	3	4	4	4	4	4	23
12	3	4	4	4	4	4	23
13	3	4	4	5	5	4	25
14	3	3	5	5	4	4	24
15	3	4	4	4	4	4	23
16	3	4	5	4	3	3	22
17	3	4	5	5	4	5	26
18	3	4	4	4	4	4	23
19	3	3	4	4	4	4	22
20	3	4	4	4	4	4	23
21	3	4	4	4	4	4	23
22	3	3	4	5	4	4	23
23	3	3	4	4	4	4	22
24	3	2	1	4	4	4	18
25	3	4	5	4	4	5	25
26	3	4	4	4	3	4	22
27	3	4	5	4	4	4	24
28	3	2	4	4	3	4	20
29	3	4	4	4	4	5	24
30	3	5	5	5	5	5	28
31	3	4	4	4	4	4	23
32	3	3	4	4	3	4	21
33	3	4	4	3	3	4	21
34	3	4	4	4	4	4	23
35	3	4	4	4	4	4	23
36	3	4	4	4	4	4	23

37	3	4	4	4	4	4	23
38	3	4	4	4	4	4	23
39	3	4	4	5	5	4	25
40	3	4	4	4	4	5	24
41	3	4	5	4	4	5	25
42	3	4	5	5	4	4	25
43	3	5	2	4	4	4	22
44	3	2	4	4	5	5	23
45	3	5	1	4	4	4	21
46	3	2	2	4	2	4	17
47	3	4	4	3	3	3	20
48	3	3	4	4	4	4	22
49	3	1	5	4	3	4	20
50	3	5	4	5	4	5	26
51	3	4	5	4	4	5	25
52	3	4	3	5	4	3	22
53	3	5	5	4	5	4	26
54	3	5	4	5	4	5	26
55	3	4	5	5	4	4	25
56	3	5	4	5	4	5	26
57	3	5	4	5	4	5	26
58	3	5	4	5	4	5	26
59	3	4	4	5	4	5	25
60	3	2	3	3	4	3	18
61	3	4	4	4	4	4	23
62	3	3	2	2	3	3	16
63	3	2	3	3	3	3	17
64	3	3	4	3	3	3	19
65	3	4	4	4	3	4	22
66	3	4	4	3	3	4	21
67	3	4	3	3	4	4	21
68	3	3	5	4	5	4	24
69	3	4	3	3	4	4	21
70	3	4	4	3	3	4	21
71	3	4	4	4	4	3	22
72	3	4	4	3	3	3	20
73	3	4	3	3	4	4	21
74	3	3	3	3	4	2	18
75	3	3	2	4	4	4	20
76	3	3	4	4	4	4	22
77	3	4	3	3	3	3	19
78	3	3	2	2	2	3	15

79	3	4	3	3	3	3	19
80	3	3	2	2	4	4	18
81	3	4	2	2	2	2	15
82	3	4	4	4	4	4	23
83	3	2	2	2	3	4	16
84	3	2	2	2	2	2	13
85	3	2	2	4	4	3	18
86	3	2	2	1	4	4	16
87	3	2	4	3	4	4	20
88	3	2	2	2	2	2	13
89	3	2	2	4	4	4	19
90	3	3	3	4	4	4	21
91	3	2	4	4	2	2	17
92	3	2	2	3	3	3	16
93	3	2	1	4	1	4	15
94	3	4	3	3	2	2	17
95	3	2	2	4	5	3	19
96	3	3	2	3	3	2	16
97	3	3	3	2	2	3	16
98	3	3	4	4	4	3	21
99	3	4	4	2	3	3	19
100	3	4	4	5	4	5	25
101	3	3	2	2	4	2	16
102	3	4	5	4	5	5	26
103	3	2	4	3	4	4	20
104	3	4	4	3	3	4	21
105	3	3	4	4	3	4	21
106	3	4	5	5	5	5	27
107	3	3	4	4	5	4	23
108	3	4	4	4	5	4	24
109	3	5	4	4	4	4	24
110	3	5	5	5	4	5	27
111	3	5	4	5	5	5	27
112	3	5	4	5	4	4	25
113	3	5	4	4	5	4	25
114	3	4	2	4	3	4	20
115	3	3	4	3	3	4	20
116	3	2	2	2	2	3	14
117	3	2	3	4	3	3	18
118	3	2	2	3	4	2	16
119	3	3	2	2	2	2	14
120	3	2	3	3	2	4	17

121	3	3	2	4	2	2	16
122	3	2	3	3	2	2	15
123	3	2	3	2	2	2	14
124	3	2	3	3	3	3	17
125	3	3	3	2	2	3	16
126	3	4	5	4	2	5	23
127	3	3	1	3	3	3	16
128	3	4	5	4	5	3	24
129	3	4	3	4	2	3	19
130	3	4	5	4	5	4	25
131	3	3	3	4	4	5	22
132	3	5	5	4	4	5	26
133	3	2	2	2	4	4	17
134	3	4	5	5	4	4	25
135	3	3	5	4	2	4	21
136	3	2	2	2	3	3	15
137	3	5	4	4	5	4	25
138	3	4	4	5	5	4	25
139	3	5	4	4	5	4	25
140	3	4	5	2	5	5	24
141	3	2	2	3	3	3	16
142	3	2	3	3	2	2	15
143	3	2	3	2	3	3	16
144	3	2	3	3	3	1	15
145	3	3	3	2	3	4	18
146	3	3	4	3	4	3	20
147	3	4	4	3	2	2	18
148	3	3	4	4	3	4	21
149	3	4	4	3	3	2	19
150	3	2	4	3	3	2	17

82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	2	4	2	3	4	2	2	4	23
84	4	4	4	4	4	4	4	2	30
85	4	4	2	2	2	2	2	2	20
86	2	4	2	4	4	3	4	4	27
87	4	3	3	4	2	4	2	4	26
88	5	2	3	4	4	4	4	4	30
89	4	4	4	3	3	4	4	2	28
90	3	5	2	2	3	3	3	3	24
91	2	4	2	3	3	2	2	2	20
92	3	2	2	2	2	2	2	3	18
93	1	4	3	3	1	1	1	3	17
94	3	3	2	2	2	4	2	3	21
95	2	2	4	4	2	3	3	4	24
96	3	2	2	4	3	4	4	4	26
97	3	3	2	2	3	2	3	3	21
98	4	3	2	3	4	4	5	4	29
99	2	3	3	4	3	3	4	4	26
100	4	4	5	4	5	4	4	5	35
101	2	3	4	4	2	3	2	3	23
102	4	4	5	4	4	5	4	4	34
103	2	3	4	4	3	3	4	3	26
104	4	4	4	4	3	3	3	4	29
105	4	3	4	3	5	2	4	3	28
106	5	5	4	5	4	5	5	5	38
107	4	3	5	4	4	4	4	5	33
108	3	3	4	5	4	5	4	4	32
109	4	5	4	4	5	4	4	3	33
110	5	4	4	5	5	5	5	4	37
111	4	4	5	5	4	4	5	4	35
112	4	4	4	4	4	4	4	4	32
113	4	4	4	4	4	4	4	5	33
114	4	3	4	4	4	4	4	4	31
115	4	3	4	3	3	3	3	4	27
116	3	4	4	3	4	4	4	3	29
117	4	3	3	3	3	3	3	3	25
118	2	3	4	4	4	3	4	4	28
119	2	4	4	3	3	3	3	3	25
120	3	4	2	3	2	2	2	2	20
121	2	3	3	3	3	3	2	3	22
122	3	2	2	3	3	3	3	3	22
123	2	2	3	3	3	4	4	4	25
124	4	3	3	3	4	4	3	3	27

125	3	2	3	3	4	4	5	3	27
126	4	4	5	4	5	4	5	4	35
127	4	4	4	4	4	4	4	4	32
128	4	5	4	4	5	4	5	5	36
129	4	4	3	5	2	3	4	3	28
130	5	5	4	3	4	5	4	5	35
131	3	4	5	4	5	3	4	4	32
132	5	4	5	5	5	4	4	4	36
133	3	3	3	3	4	4	4	3	27
134	5	5	5	4	5	4	5	4	37
135	3	5	5	4	5	5	5	4	36
136	4	3	3	4	5	3	4	4	30
137	4	4	5	4	5	5	4	5	36
138	5	5	4	5	5	4	5	4	37
139	5	4	5	4	4	5	4	3	34
140	4	4	5	4	5	3	5	3	33
141	3	2	3	2	3	3	3	3	22
142	3	2	3	3	2	2	3	3	21
143	2	2	2	3	3	3	2	2	19
144	4	4	3	4	4	4	4	3	30
145	1	1	3	4	1	2	3	4	19
146	3	3	3	3	4	4	4	2	26
147	2	3	3	3	3	2	2	3	21
148	2	2	4	4	3	3	3	4	25
149	3	3	3	4	3	2	2	3	23
150	2	3	2	3	2	3	1	1	17

VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN Y

NO	KEPUASAN KONSUMEN (Y)						TOTAL
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	3	3	4	4	4	4	22
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	4	25
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	5	25
8	4	3	4	4	3	4	22
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	5	4	4	25
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	5	4	4	4	25
13	4	4	4	5	5	4	26
14	4	4	3	4	4	4	23
15	5	4	5	4	5	5	28
16	5	4	4	4	4	4	25
17	5	5	5	5	4	4	28
18	3	4	5	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	5	25
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	5	4	5	26
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	5	4	5	26
27	3	3	4	4	4	5	23
28	2	3	4	3	3	3	18
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	3	4	3	4	3	4	21
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	5	5	5	5	4	28

40	5	5	4	4	4	4	26
41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	4	4	4	4	4	25
43	5	4	4	4	4	4	25
44	4	5	4	4	4	4	25
45	4	4	4	4	5	5	26
46	1	3	4	4	4	4	20
47	2	2	4	4	4	4	20
48	1	3	4	4	4	4	20
49	4	5	5	5	4	2	25
50	5	4	4	4	4	4	25
51	5	5	5	5	4	4	28
52	4	4	4	5	5	5	27
53	5	4	5	4	4	4	26
54	4	5	4	5	4	4	26
55	5	4	4	5	4	4	26
56	4	5	4	4	5	5	27
57	5	4	4	5	5	4	27
58	4	4	5	4	5	5	27
59	5	4	4	5	5	5	28
60	4	4	2	2	3	3	18
61	4	4	4	5	4	4	25
62	4	4	3	4	4	4	23
63	4	4	2	4	4	4	22
64	4	4	3	4	5	4	24
65	4	4	4	4	5	4	25
66	5	5	5	1	3	4	23
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	3	3	4	4	3	21
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	3	4	23
71	3	3	4	4	4	4	22
72	3	4	4	5	3	4	23
73	4	4	4	5	5	5	27
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	5	4	4	3	26
76	3	3	4	4	4	4	22
77	4	4	4	4	4	2	22
78	2	2	2	2	2	4	14
79	3	3	3	3	3	3	18
80	4	4	4	3	2	4	21
81	4	4	4	4	4	4	24

82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	4	2	2	2	2	16
84	2	2	2	2	2	4	14
85	2	2	2	2	4	4	16
86	3	4	4	4	4	4	23
87	4	3	4	4	4	5	24
88	4	4	4	4	4	2	22
89	4	5	5	3	4	4	25
90	2	3	4	4	4	4	21
91	3	4	5	5	3	3	23
92	3	3	2	2	3	3	16
93	2	3	2	3	3	2	15
94	3	2	3	3	4	4	19
95	4	2	3	3	4	3	19
96	4	4	3	3	3	3	20
97	2	4	3	3	4	3	19
98	3	4	3	3	3	4	20
99	3	4	5	5	3	5	25
100	4	5	5	5	5	5	29
101	3	4	3	3	3	4	20
102	4	4	4	5	4	4	25
103	3	4	5	4	3	3	22
104	4	4	5	5	4	4	26
105	5	4	3	4	3	4	23
106	5	5	5	5	4	5	29
107	5	4	4	4	4	3	24
108	4	5	4	4	4	3	24
109	4	4	4	4	4	4	24
110	4	5	4	5	4	4	26
111	5	5	5	5	4	4	28
112	5	4	4	4	4	4	25
113	4	4	4	4	4	4	24
114	4	3	4	4	4	4	23
115	4	4	4	4	4	3	23
116	3	3	3	4	3	3	19
117	3	4	4	3	3	3	20
118	4	3	4	4	4	3	22
119	3	4	4	2	3	4	20
120	2	3	4	3	3	3	18
121	2	3	4	3	3	2	17
122	4	3	3	2	2	4	18
123	4	4	4	3	4	2	21

124	3	3	3	3	3	4	19
125	3	3	3	3	4	3	19
126	4	3	5	5	4	5	26
127	4	4	4	4	4	3	23
128	5	4	5	4	5	4	27
129	4	4	4	3	4	4	23
130	4	5	5	4	5	4	27
131	4	4	4	4	4	4	24
132	5	3	5	4	5	5	27
133	3	4	2	4	4	3	20
134	4	5	4	4	4	5	26
135	5	5	4	5	4	5	28
136	3	4	4	4	2	5	22
137	4	5	4	5	4	5	27
138	5	4	4	5	5	5	28
139	4	5	4	4	5	4	26
140	5	4	5	5	5	4	28
141	3	4	4	3	3	4	21
142	3	3	3	3	2	2	16
143	3	3	3	3	4	3	19
144	4	4	4	4	4	3	23
145	2	2	3	3	3	4	17
146	2	2	3	4	3	2	16
147	1	2	2	2	2	2	11
148	3	4	4	3	4	4	22
149	3	2	3	2	3	4	17
150	2	2	3	3	3	3	16

LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA SPSS

KARASTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	22	55.0	55.0	55.0
	Wanita	18	45.0	45.0	100.0
Total		40	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 Tahun	40	26.7	26.7	26.7
	21-30 Tahun	107	71.3	71.3	98.0
	31-40 Tahun	3	2.0	2.0	100.0
Total		150	100.0	100.0	

Deskriptif Variabel

VARIABEL X1

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	6.0	6.0	6.0
	2.00	38	25.3	25.3	31.3
	3.00	18	12.0	12.0	43.3
	4.00	69	46.0	46.0	89.3
	5.00	16	10.7	10.7	100.0
	Total		150	100.0	100.0

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	33	22.0	22.0	22.7
	3.00	32	21.3	21.3	44.0
	4.00	66	44.0	44.0	88.0
	5.00	18	12.0	12.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	2.7	2.7	2.7
	2.00	25	16.7	16.7	19.3
	3.00	25	16.7	16.7	36.0
	4.00	72	48.0	48.0	84.0
	5.00	24	16.0	16.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	19	12.7	12.7	13.3
	3.00	34	22.7	22.7	36.0
	4.00	73	48.7	48.7	84.7
	5.00	23	15.3	15.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	20	13.3	13.3	14.0
	3.00	35	23.3	23.3	37.3
	4.00	73	48.7	48.7	86.0
	5.00	21	14.0	14.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	17	11.3	11.3	12.0
	3.00	30	20.0	20.0	32.0
	4.00	77	51.3	51.3	83.3
	5.00	25	16.7	16.7	100.0
	Total		150	100.0	100.0

VARIABEL X2

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	2.7	2.7	2.7
	2.00	19	12.7	12.7	15.3
	3.00	23	15.3	15.3	30.7
	4.00	71	47.3	47.3	78.0
	5.00	33	22.0	22.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	14	9.3	9.3	10.7
	3.00	28	18.7	18.7	29.3
	4.00	80	53.3	53.3	82.7
	5.00	26	17.3	17.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	17	11.3	11.3	11.3
	3.00	28	18.7	18.7	30.0
	4.00	75	50.0	50.0	80.0
	5.00	30	20.0	20.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	4.7	4.7	4.7
	3.00	31	20.7	20.7	25.3
	4.00	88	58.7	58.7	84.0
	5.00	24	16.0	16.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	13	8.7	8.7	10.0
	3.00	27	18.0	18.0	28.0
	4.00	74	49.3	49.3	77.3
	5.00	34	22.7	22.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	13	8.7	8.7	9.3
	3.00	27	18.0	18.0	27.3
	4.00	81	54.0	54.0	81.3
	5.00	28	18.7	18.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	15	10.0	10.0	11.3
	3.00	20	13.3	13.3	24.7
	4.00	84	56.0	56.0	80.7
	5.00	29	19.3	19.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	8	5.3	5.3	6.0
	3.00	28	18.7	18.7	24.7
	4.00	92	61.3	61.3	86.0
	5.00	21	14.0	14.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

VARIABEL Y

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.0	2.0	2.0
	2.00	13	8.7	8.7	10.7
	3.00	28	18.7	18.7	29.3
	4.00	79	52.7	52.7	82.0
	5.00	27	18.0	18.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	11	7.3	7.3	7.3
	3.00	26	17.3	17.3	24.7
	4.00	89	59.3	59.3	84.0
	5.00	24	16.0	16.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	10	6.7	6.7	6.7
	3.00	23	15.3	15.3	22.0
	4.00	89	59.3	59.3	81.3
	5.00	28	18.7	18.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	10	6.7	6.7	7.3
	3.00	24	16.0	16.0	23.3
	4.00	83	55.3	55.3	78.7
	5.00	32	21.3	21.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	5.3	5.3	5.3
	3.00	28	18.7	18.7	24.0
	4.00	93	62.0	62.0	86.0
	5.00	21	14.0	14.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	10	6.7	6.7	6.7
	3.00	24	16.0	16.0	22.7
	4.00	91	60.7	60.7	83.3
	5.00	25	16.7	16.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Uji Validitas

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	CITA RASA
X1.1	Pearson Correlation	1	.602**	.496**	.514**	.493**	.535**	.810**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	.602**	1	.469**	.479**	.422**	.445**	.751**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	.496**	.469**	1	.529**	.422**	.488**	.748**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	.514**	.479**	.529**	1	.503**	.569**	.775**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	.493**	.422**	.422**	.503**	1	.542**	.727**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.6	Pearson Correlation	.535**	.445**	.488**	.569**	.542**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
CITA RASA	Pearson Correlation	.810**	.751**	.748**	.775**	.727**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	SUASANA
X2.1	Pearson Correlation	1	.601**	.580**	.520**	.555**	.602**	.504**	.397**	.788**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	.601**	1	.523**	.470**	.561**	.472**	.402**	.324**	.715**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	.580**	.523**	1	.671**	.615**	.549**	.549**	.510**	.811**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.4	Pearson Correlation	.520**	.470**	.671**	1	.481**	.542**	.478**	.512**	.745**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.5	Pearson Correlation	.555**	.561**	.615**	.481**	1	.576**	.711**	.439**	.810**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.6	Pearson Correlation	.602**	.472**	.549**	.542**	.576**	1	.636**	.577**	.804**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.7	Pearson Correlation	.504**	.402**	.549**	.478**	.711**	.636**	1	.571**	.789**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.8	Pearson Correlation	.397**	.324**	.510**	.512**	.439**	.577**	.571**	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
SUASANA	Pearson Correlation	.788**	.715**	.811**	.745**	.810**	.804**	.789**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

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

Y

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	KEPUASAN KONSUMEN
Y.1	Pearson Correlation	1	.651**	.476**	.460**	.492**	.340**	.779**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y.2	Pearson Correlation	.651**	1	.552**	.493**	.411**	.271**	.758**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y.3	Pearson Correlation	.476**	.552**	1	.587**	.489**	.376**	.773**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y.4	Pearson Correlation	.460**	.493**	.587**	1	.600**	.413**	.793**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y.5	Pearson Correlation	.492**	.411**	.489**	.600**	1	.428**	.753**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y.6	Pearson Correlation	.340**	.271**	.376**	.413**	.428**	1	.622**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150
KEPUASAN KONSUMEN	Pearson Correlation	.779**	.758**	.773**	.793**	.753**	.622**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

Uji Reliabilitas

Variabel X1 Cita Rasa

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	6

Variabel X2 Suasana

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	8

Variabel Y Kepuasan Pelanggan

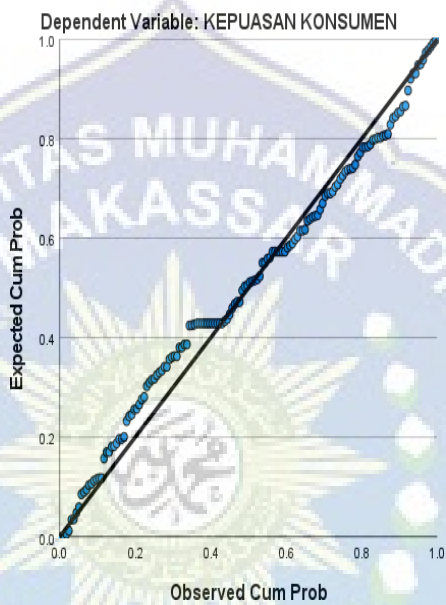
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	6

Uji Asumsi Klasik

Uji noramlitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

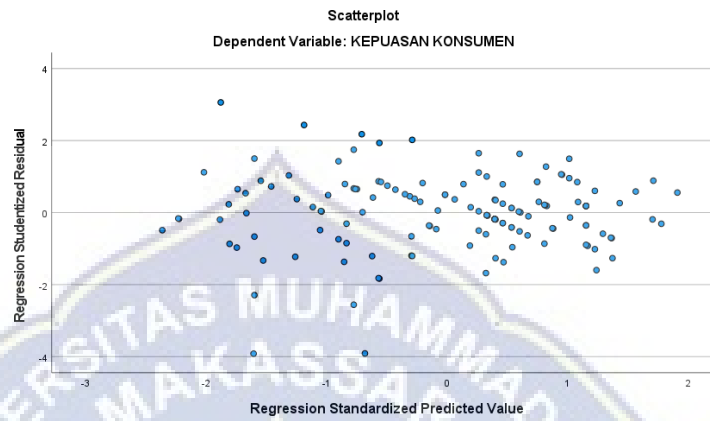


Uji multikoloneralitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.769	.883		6.536	.000		
	CITA RASA	.204	.053	.256	3.860	.000	.416	2.402
	SUASANA	.427	.044	.644	9.723	.000	.416	2.402

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Uji heterekodisitas



Uji linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN KONSUMEN * CITA RASA	Between Groups	(Combined)	1186.828	19	62.465	11.200	.000
		Linearity	1068.597	1	1068.597	191.607	.000
		Deviation from Linearity	118.231	18	6.568	1.178	.289
	Within Groups		725.012	130	5.577		
	Total		1911.840	149			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Between Groups	(Combined)	1466.749	23	63.772	18.053	.000
		Linearity	1346.642	1	1346.642	381.219	.000

KEPUASAN KONSUMEN * SUASANA	Deviation from Linearity	120.107	22	5.459	1.545	.071
	Within Groups	445.091	126	3.532		
	Total	1911.840	149			

LAMPIRAN 4

PERSURATAN





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 152/05/A.2-II/II/45/2024 Makassar, 26 Februari 2024

Lamp : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : YASRIL HIDAYAT

Stambuk : 105721130520

Jurusan : Manajemen

Judul Penelitian : PENGARUH CITA RASA DAN SUASANA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE SUDUT LAGI
KECAMATAN BANGGAE TIMUR KABUPATEN MAJENE

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian
sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuanya diucapkan terimakasih.

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 152/05/A.2-II/II/45/2024 Makassar, 26 Februari 2024

Lamp : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : YASRIL HIDAYAT

Stambuk : 105721130520

Jurusan : Manajemen

Judul Penelitian : PENGARUH CITA RASA DAN SUASANA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE SUDUT LAGI
KECAMATAN BANGGAE TIMUR KABUPATEN MAJENE

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian
sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terimakasih.

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip





PEMERINTAH KABUPATEN MAJENE
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jln. RA.Kartini No. 11 Majene. Email: balitbang.majene@gmail.com

IZIN PERSETUJUAN

Nomor : B/2/500.10.30.1/III/2024

TENTANG
IZIN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Memperhatikan Surat dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Tanggal 09 September 2022, nomor: 00393/76.RP.PTSP.B/VIII/2022 Tentang Permohonan izin penelitian. Kami Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan atas Nama Pemerintah Kabupaten Majene, dengan ini memberikan surat Izin Penelitian kepada :

Nama : Yasril Hidayat
NIM : 10572 1130520
Jurusan : Manajemen
Judul : "PENGARUH CITA RASA DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE SUDUT LAGI KECAMATAN BANGGAE TIMUR KABUPATEN MAJENE"

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dilarang keras menyimpang dari topik dan judul penelitian
2. Dalam melakukan penelitian yang bersangkutan hendaklah menunjukkan surat – surat keterangan yang berhubungan dengan Penelitian serta melaporkan aktivitas sebelum dan sesudah penelitian kepada pemerintah setempat.
3. Mematuhi semua peraturan yang berlaku dan menghormati adat istiadat serta kebiasaan masyarakat setempat
4. Mengirimkan hasil laporan penelitian Kepada Bupati Majene Cq. Kantor Badan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Majene.

Demikian surat izin persetujuan ini dibuat dan akan ditinjau berdasarkan hasil penelitian dan laporan dari Pemerintah setempat, untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Majene, 04 Maret 2024

Kepala Badan,



INAYATI, S.T., M.T

Pangkat : Pembina TK. I

NIP. 197407162002122007

Tembusan Disampaikan Kepada Yth :

1. Bapak Bupati Majene (sebagai laporan)
2. Yang Bersangkutan
3. Arsip.

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik "Kafe Sudut lagi",
Menerangkan bahwa sesungguhnya saudara:

Nama : YASRIL HIDAYAT
Nim : 105721130520
Universitas : Muhammadiyah Makassar
Prodi : Manajemen
Jurusan : Ekonomi dan bisnis
Keterangan : Telah melakukan penelitian dengan menggunakan
Observasi, wawancara, kuisioner.

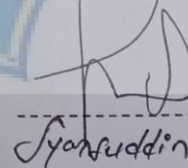
Mahasiswa tersebut benar – benar melaksanakan kegiatan penelitian di "Kafe Sudut lagi".
Dengan judul penelitian :

**"PENGARUH CITA RASA DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA KAFE SUDUT LAGI KECAMATAN BANGGAE TIMUR KABUPATEN
MAJENE "**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Majene, 08 maret 2024

Pemilik



Syamsuddin

DOKUMENTASI PENELITIAN



LAMPIRAN 7

HASIL TURNITING

**BAB I Yasril Hidayat -
105721130520**

by Tahap Tutup

Submission date: 14-May-2024 03:15PM (UTC+0700)

Submission ID: 2379026004

File name: BAB_I_-_2024-05-14T161447.240.docx (23.53K)

Word count: 913

Character count: 5780

AB I Yasril Hidayat - 105721130520

ORIGINALITY REPORT

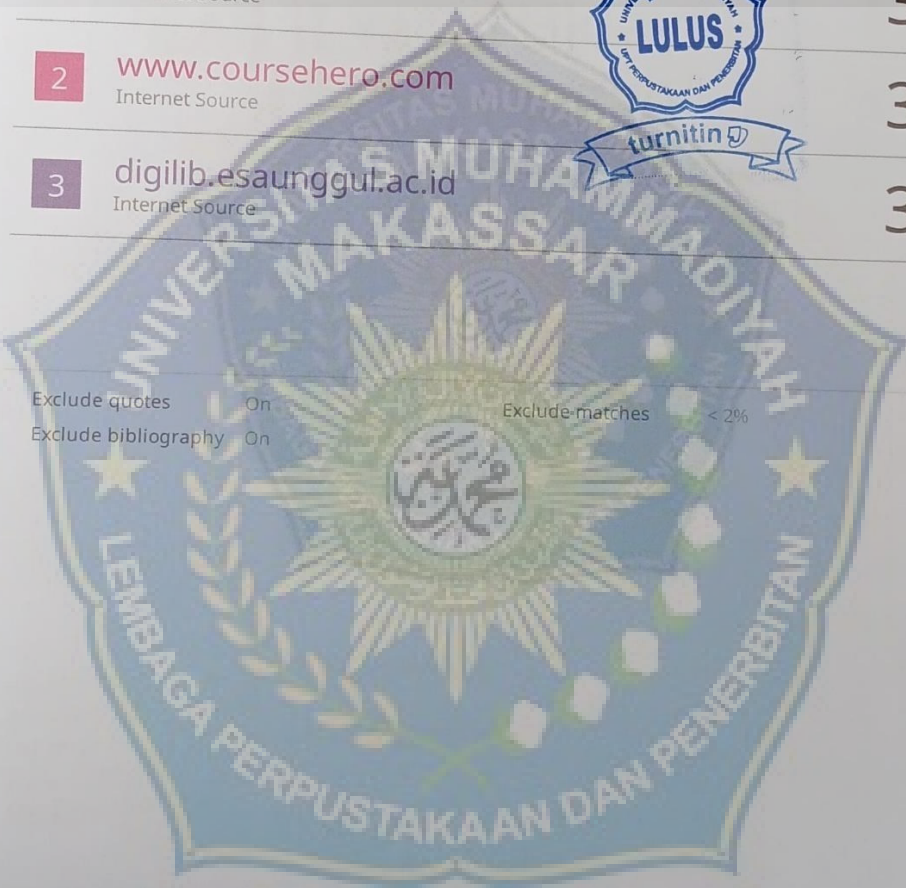
9%	9%	5%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uniba.ac.id Internet Source	3%
2	www.coursehero.com Internet Source	3%
3	digilib.esaunggul.ac.id Internet Source	3%



Exclude quotes On Exclude matches < 2%
Exclude bibliography On



BAB II Yasril Hidayat -
105721130520
by Tahap Tutup

Submission date: 15-May-2024 08:18AM (UTC+0700)
Submission ID: 2379630565
File name: BAB_II_-_2024-05-15T091510.341.docx (51.3K)
Word count: 2574
Character count: 17043

BAB II Yasril Hidayat - 105721130520

ORIGINALITY REPORT

25%
SIMILARITY INDEX

25%
INTERNET SOURCES

14%
PUBLICATIONS

%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	4%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	3%
3	ojs.unimal.ac.id Internet Source	3%
4	repository.unisbablitar.ac.id Internet Source	3%
5	repository.uhn.ac.id Internet Source	2%
6	journal.untar.ac.id Internet Source	2%
7	www.scilit.net Internet Source	2%
8	journal.stieamkop.ac.id Internet Source	2%
9	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	2%



10

eprints.iain-surakarta.ac.id
Internet Source

2%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off



BAB III Yasril Hidayat -
105721130520

by Tahap Tutup

Submission date: 15-May-2024 08:19AM (UTC+0700)

Submission ID: 2379631001

File name: BAB_III_-_2024-05-15T091510.532.docx (37.4K)

Word count: 1644

Character count: 10702

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	fddocuments.net Internet Source	2%
2	japendi.publikasiindonesia.id Internet Source	2%
3	Marcy Lolita Pattiapon, Nil E. Maitimu. "Desain Produk Case Handphone Berbahan Bioplastic dengan Memanfaatkan Limbah Ampas Tahu", ARIKA, 2023 Publication	2%
4	journal.ubm.ac.id Internet Source	2%
5	nilwanaris.blogspot.com Internet Source	2%



Exclude quotes Off Exclude matches <2%
Exclude bibliography Off

BAB IV Yasril Hidayat -
105721130520

by Tahap Tutup

Submission date: 14-May-2024 03:17PM (UTC+0700)

Submission ID: 2379026658

File name: BAB_IV_-_2024-05-14T161450.682.docx (149.67K)

Word count: 4105

Character count: 23031

BAB IV Yasril Hidayat - 105721130520

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

journal.unismuh.ac.id

Internet Source

2%

2

mgilangtejo.blogspot.com

Internet Source

2%

3

ejournal.unsrat.ac.id

Internet Source

2%

4

ejournal.unesa.ac.id

Internet Source

2%

5

repository.unpas.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On


Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On



BAB V Yasril Hidayat - 105721130520

by Tahap Tutup



Submission date: 15-May-2024 08:19AM (UTC+0700)
Submission ID: 2379631336
File name: BAB_V_-_2024-05-15T091513.146.docx (21.12K)
Word count: 322
Character count: 2001

BAB V Yasril Hidayat - 105721130520

ORIGINALITY REPORT

5%
SIMILARITY INDEX

5%
INTERNET SOURCES

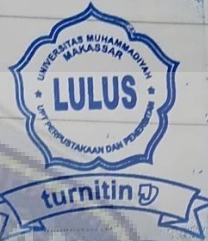
0%
PUBLICATIONS

%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 journal.arimbi.or.id
Internet Source

5%



Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Yasril Hidayat

Nim : 105721130520

Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	6 %	10 %
2	Bab 2	25 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 15 Mei 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


Nurul Huda Sidiq, M.I.P.
NBM. 904 591

RIWAYAT HIDUP



Yasril Hidayat. Panggilan Yayat lahir di Polewali Kabupaten Polewali Mandar pada tanggal 12 Mei 2002 dari pasangan suami istri Bapak M.Yusuf dan Ibu Nurillang. Peneliti adalah anak ke-1 dari 3 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Perumahan depag, Kecamatan Biring Kanaya, Kota

Makassar. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 042 Inp Buku lulus pada Tahun 2014, SMP Negeri Katumbangan Lemo lulus Tahun 2017, SMA Negeri 1 Campalagian lulus Tahun 2020, dan memulai mengikuti program studi S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan penulisan skripsi ini, peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar.

