

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Starbucks Central Park SOGO dikarenakan hal ini merupakan nilai tambah bagi konsumen yang mengkonsumsi produk Starbucks, sehingga nilai dan kebanggaan tertentu muncul dalam menggunakan produk Starbucks. Fenomena tersebut dengan cepat menyebar, dengan fokus pada segmentasi dan kepuasan konsumen, sehingga Starbucks berhasil membangun promosi modern dari mulut ke mulut, menjadikan kedai kopi ini salah satu gaya hidup masyarakat tertentu dalam menjalankan aktivitasnya.

#### 4.1.1 Gambaran Umum Starbucks Central Park SOGO

Starbucks Central Park SOGO yang berlokasi di Central Park Mall ini merupakan *counter* kedua yang terdapat di dalam mall tersebut. Lokasinya pun dapat dikatakan strategis karena berada di Tribeca Park, dimana titik ini tidak hanya dilalui oleh para pengunjung mall saja tetapi para pekerja kantoran dan penghuni apartemen yang berada di sebrang jalan Starbucks Central Park SOGO pun juga dapat berkunjung.

Para *partner* juga diseleksi cukup ketat dan harus memenuhi beberapa kualifikasi seperti penampilan, pendidikan, kemampuan berkomunikasi, pengalaman dalam berorganisasi, serta *passion* dalam bekerja.

Para pengunjung Starbucks juga akan merasa nyaman untuk berlama-lama menikmati kopi di Starbucks Central Park SOGO dikarenakan desain yang dirancang sudah sedemikian rupa untuk membuat para pelanggan betah dan akan berkunjung kembali. Kinerja yang diberikan oleh para *partner* juga memberikan dampak positif terhadap Starbucks Central Park SOGO secara jangka panjang karena pelayanannya cukup memuaskan.

## **A. Visi Starbucks Coffee**

Perusahaan Starbucks adalah perusahaan yang menjual kopi asli atau authentic dan memiliki jaringan toko kopi nomor 1 secara global sehingga mereka selalu mengutamakan sisi pelayanan dan kenyamanan konsumennya dan juga menciptakan komunikasi yang efektif antara seluruh partner maupun konsumennya.

Visi utama dari Starbucks Coffee ialah penciptaan lingkungan yang inklusif terlepas dari perbedaan pada individu masing-masing. Perbedaan bisa meliputi suku, ras, usia, asal usul kebangsaan, orientasi seksual, jenis kelamin, ketidakmampuan, status sosial-ekonomi, pendidikan, kebudayaan, dan perbedaan secara geografis.

## **B. Misi Starbucks Coffee**

“Menjadikan Starbucks Coffee sebagai perusahaan utama untuk menyediakan kopi-kopi dengan kualitas terbaik dunia dengan tetap mempertahankan prinsip-prinsip seiring dengan perkembangan perusahaan.”

## **C. Misi Lingkungan Starbucks Coffee**

“Memegang teguh prinsip komitmen untuk berperan sebagai pemimpin pada setiap aspek-aspek bisnis dan lingkungan dimana Starbucks Coffee beroperasi.”

Starbucks memutuskan untuk melatih karyawannya dalam kecerdasan emosional dengan menggunakan sebuah metode. Starbucks sendiri memperkerjakan ribuan orang setiap minggunya. Metode ini akan mengajarkan karyawannya untuk merespon dalam situasi negatif dan mempraktikkan respon itu sebelum

situasi tersebut terjadi. Starbucks menyebutnya dengan metode LATTE.

L: *Listen to the customers*, mendengarkan keluhan dari customer terlebih dahulu.

A: *Acknowledge the problem/situation*, mengakui kesalahan dan meminta maaf.

T: *Take action and solve the problem*, mengambil langkah untuk menyelesaikan masalah dengan customer.

T: *Thank you*, selalu mengucapkan terima kasih kepada *customer*.

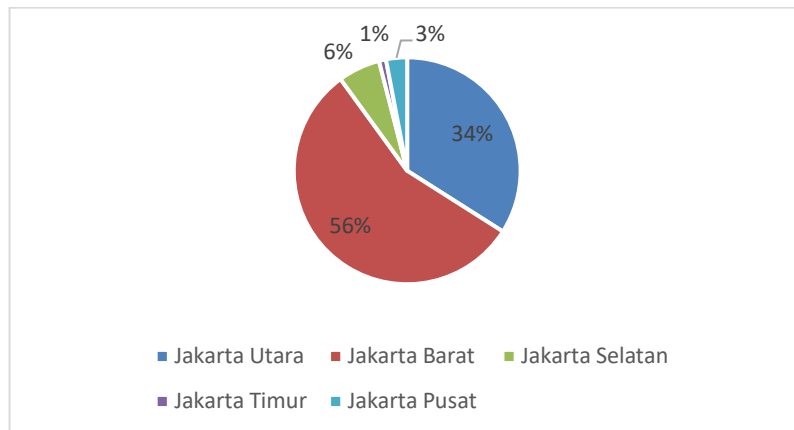
E: *Explain what you did*, menjelaskan kepada atasan apa yang telah kamu lakukan.

Dengan cara ini, para *partners* bebas untuk menciptakan pengalaman positif, di setiap toko, dan setiap saat. Selain menangani hal-hal negatif, para *partners* Starbucks juga berupaya untuk terhubung dengan pelanggan, menanamkan pengalaman pribadi dan mengamankan loyalitas pelanggan.

## 4.1.2 Deskripsi Tanggapan Responden

### 4.1.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

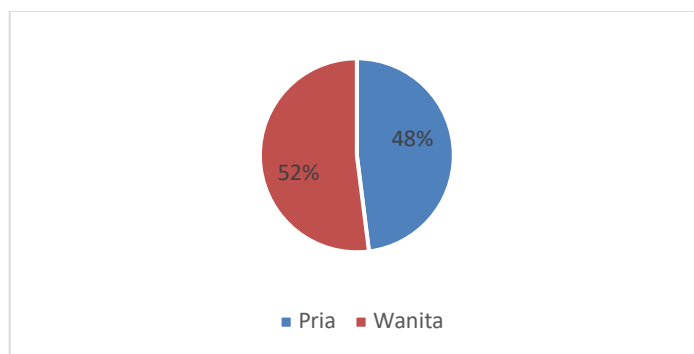
Hasil Jawaban Responden Atas Kualitas Pelayanan pada Starbucks CP Sogo diuraikan dalam tabel.



**Grafik 4 1 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Domisili**

Sumber: Data hasil pengolahan kuesioner

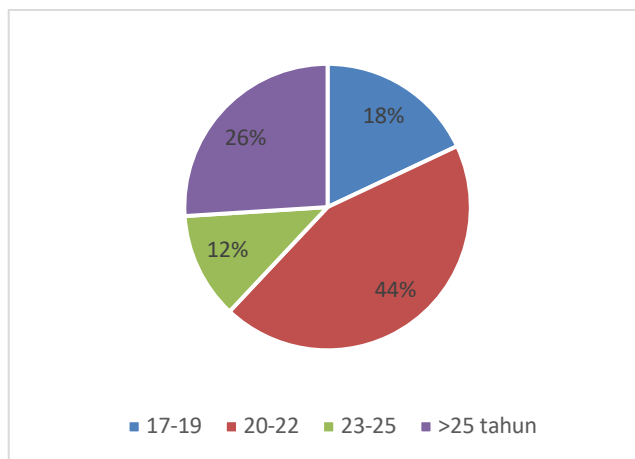
Pada grafik 4.1 memperlihatkan sebanyak 34% berdomisili di Jakarta Utara, 56% berdomisili di Jakarta Barat, 6% berdomisili di Jakarta Selatan, 1% berdomisili di Jakarta Timur dan 3% berdomisili di Jakarta Pusat.



**Grafik 4 2 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Sumber: Data hasil pengolahan kuesioner

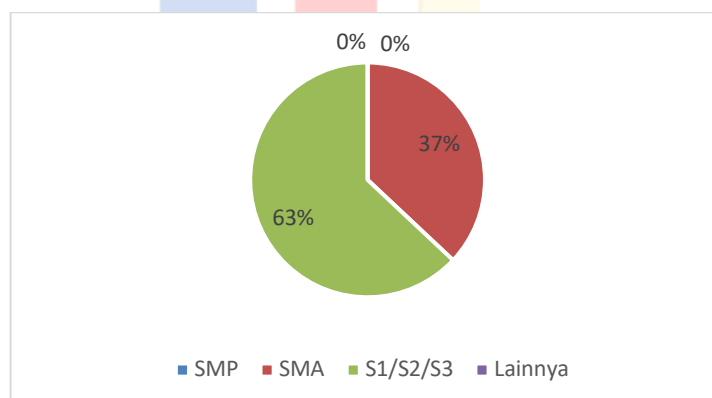
Pada grafik 4.2 menjelaskan bahwa sebanyak 48% berjenis kelamin pria dan 52% berjenis kelamin wanita.



**Grafik 4 1 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Umur**

Sumber: Data hasil pengolahan kuesioner

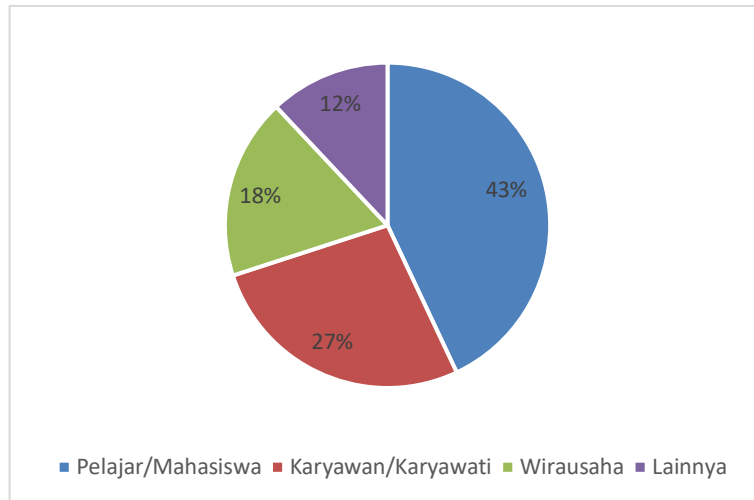
Pada Grafik 4.3 memperlihatkan bahwa 18% berusia 17-19 tahun, 44% berusia 20-22 tahun, 12% berusia 23-25 tahun, dan 26% berusia lebih dari 25 tahun.



**Grafik 4 2 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Sumber: Data hasil pengolahan kuesioner

Pada grafik 4.4 menyatakan sebanyak 37% responden ialah lulusan SMA, dan 63% responden memiliki pendidikan terakhir s1/s2/s3.



**Grafik 4 3 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Sumber: Data hasil pengolahan kuesioner

Pada grafik 4.5 menunjukkan sebanyak 43% responden ialah mahasiswa/pelajar, 27% responden ialah karyawan/ti, 18% responden ialah wirausaha dan 12% responden memiliki pekerjaan lainnya.

Hasil Jawaban Responden Atas Kualitas Pelayanan pada Starbucks CP Sogo diuraikan dalam tabel.

#### 4.1.2.2 Pengujian Validitas

Uji Validitas memakai korelasi Pearson Product Moment. Syarat uji Validitas yang wajib dipenuhi ialah memiliki kriteria jika sig kurang berdasarkan 0,05, maka pertanyaan berdasarkan berita umum artinya Valid. Hasil uji Validitas instrumen variabel penelitian seperti dalam tabel berikut ini:

Table 4.1.2.2.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	Validitas		
	Korelasi	Sig.	Kesimpulan
1	0,539	0,000	Valid
2	0,721	0,000	Valid
3	0,665	0,000	Valid
4	0,699	0,000	Valid
5	0,659	0,000	Valid
6	0,642	0,000	Valid
7	0,561	0,000	Valid
8	0,660	0,000	Valid
9	0,674	0,000	Valid
10	0,585	0,000	Valid
11	0,612	0,000	Valid
12	0,700	0,000	Valid
13	0,692	0,000	Valid
14	0,700	0,000	Valid
15	0,623	0,000	Valid

16	0,362	0,000	Valid
17	0,400	0,000	Valid
18	0,431	0,000	Valid
19	0,348	0,000	Valid

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Tabel 4.1.2.2.1 memperlihatkan bahwa pernyataan mengenai Kualitas Pelayanan memiliki nilai sig di bawah kriteria 0,05. Dapat dikatakan indikator-indikator buat mengukur kualitas pelayanan pada penelitian ini dinyatakan Valid.

**Table 4.1.2.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

Item Pernyataan	Validitas		
	Korelasi	Sig.	Kesimpulan
1	0,837	0,000	Valid
2	0,811	0,000	Valid
3	0,751	0,000	Valid

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Tabel 4.1.2.2.2 memperlihatkan bahwa pernyataan tentang Kepuasan Pelanggan memiliki nilai sig di bawah kriteria 0,05. Dapat dikatakan indikator-indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan pada penelitian ini dinyatakan Valid.



**Table 4.1.2.2.3 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan**

Item Pernyataan	Validitas		
	Korelasi	Sig.	Kesimpulan
1	0,835	0,000	Valid
2	0,863	0,000	Valid
3	0,818	0,000	Valid

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Tabel 4.1.2.2.3 memperlihatkan bahwa pernyataan tentang loyalitas pelanggan memiliki nilai sig di bawah kriteria 0,05. Dapat dikatakan indikator-indikator untuk mengukur loyalitas pelanggan pada penelitian ini dinyatakan Valid.

#### 4.1.3 Pengujian Reliabilitas

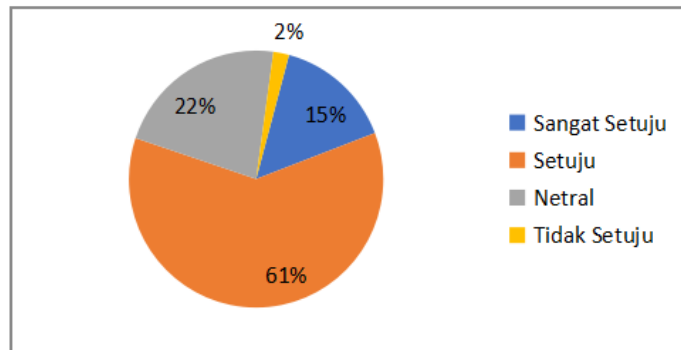
Uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Berikut ialah hasil uji reliabilitas instrumen penelitian.

**Table 4.1.3.1 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliabilitas		
	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,895	>0,80 - 1,00	Sangat Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,718	>0,60 - 0,79	Reliabel
Loyalitas pelanggan	0,776	>0,60 - 0,79	Reliabel

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

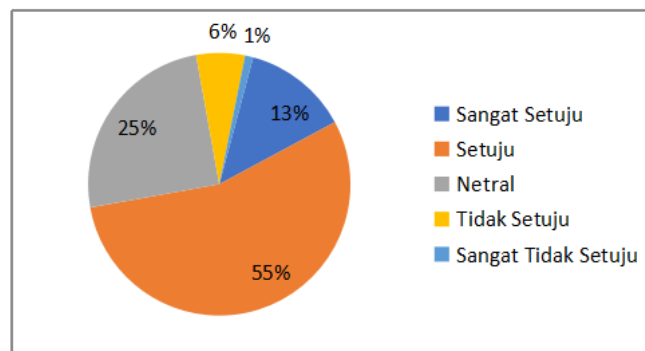
Tabel 4.1.3.1 memperlihatkan nilai *Cronbach* Alpha seluruh variabel penelitian di atas kriteria 0,6. Oleh karena itu, seluruh indikator kuesioner dikatakan handal.



**Grafik 4 4 Hasil Jawaban Responden Atas Sistem Pelayanan Menarik**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada Grafik 4.4 memberitahukan tanggapan lebih banyak didominasi responden yaitu sebanyak 61 orang (61,0%) adalah responden yang menilai “setuju”. Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai bahwa Starbucks CP Sogo menyediakan system pelayanan yang menarik.

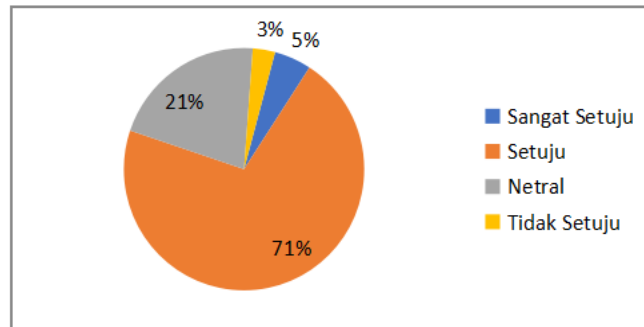


**Grafik 4 5 Hasil Jawaban Responden Atas Teknologi Canggih**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada grafik 4.5 menerangkan tanggapan lebih banyak didominasi responden yaitu sebesar 55 orang (55,0%) adalah responden menilai

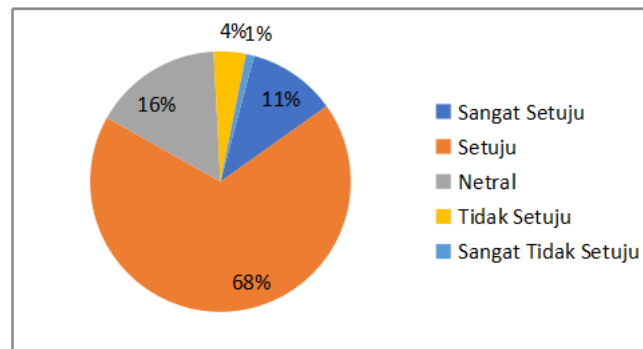
“setuju”. Hal ini menampakkan bahwa Starbucks CP Sogo dilengkapi teknologi yang canggih.



**Grafik 4 6 Hasil Jawaban Responden Atas Penampilan Barista Profesional**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

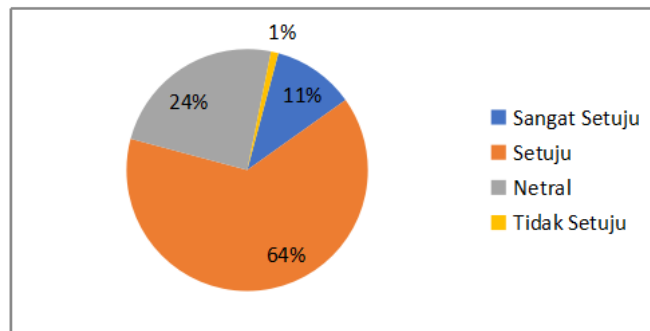
Pada Grafik 4.6 memperlihatkan tanggapan dominan responden yaitu sebanyak 71 orang (71,0%) ialah responden menilai “setuju” . Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai bahwa Barista Starbucks CP Sogo berpenampilan profesional.



**Grafik 4 7 Hasil Jawaban Responden Atas Kerapihan Seragam Barista**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

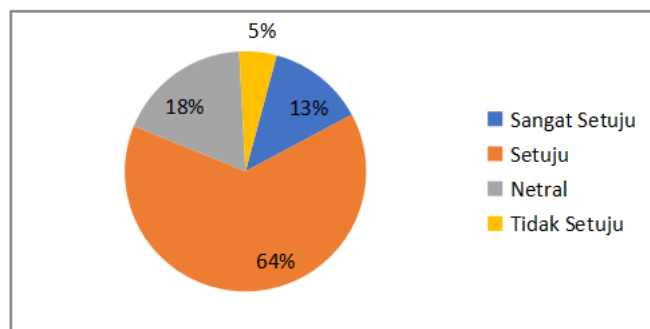
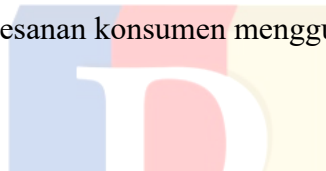
Pada grafik 4.7 memberitahukan tanggapan mayoritas responden yaitu sebesar 68 orang (68,0%) artinya responden menilai “setuju” . Hal ini menerangkan bahwa pelanggan menilai bahwa Barista Starbucks CP Sogo mengenakan seragam yang rapi.



**Grafik 4 8 Hasil Jawaban Responden Atas Pelayanan Tepat dan Akurat**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

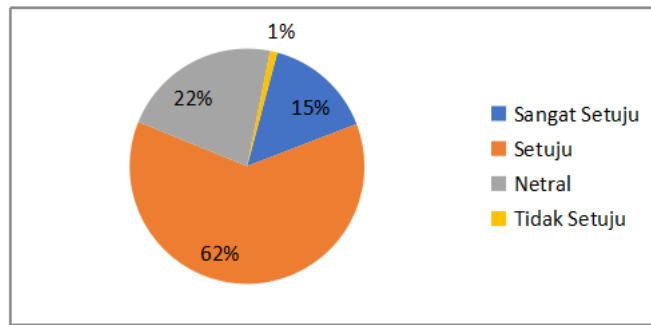
Pada grafik 4.8 menerangkan tanggapan secara umum dikuasai responden sebesar 64 orang (64,0%) adalah responden menilai “setuju” . Hal ini menampakan bahwa pelanggan menilai bahwa Barista Starbucks CP Sogo melayani pesanan konsumen menggunakan tepat dan akurat.



**Grafik 4 9 Hasil Jawaban Responden Atas Penyajian Pesanan Sesuai Waktu**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

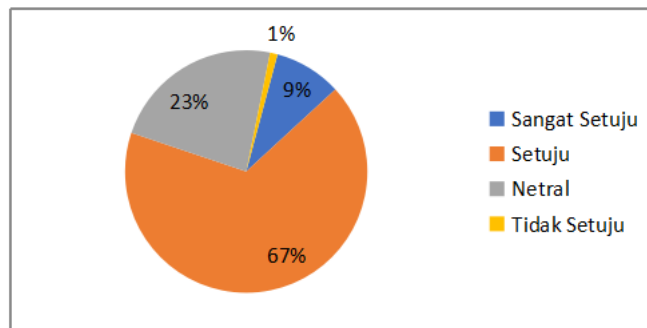
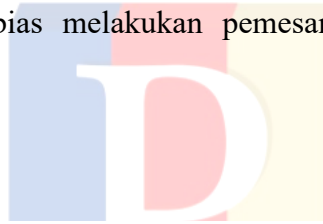
Pada grafik 4.9 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 64 orang (64,0%) ialah responden yang menjawab “setuju”. Hal ini menerangkan bahwa pelanggan menilai bahwa barista Starbucks CP Sogo menyajikan pesanan saya sinkron dengan yang dijanjikan.



**Grafik 4 10 Hasil Jawaban Responden Atas Kemudahan Pemesanan**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

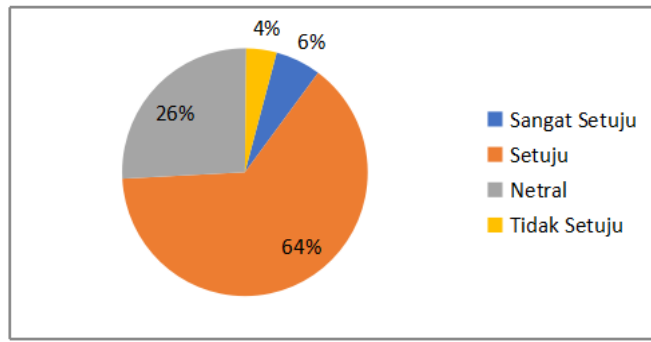
Pada grafik 4.10 menggambarkan tanggapan secara umum dikuasai responden yaitu sebesar 62 orang (62,0%) adalah responden yang menjawab “setuju”. Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai bahwa pelanggan bias melakukan pemesanan di Starbucks CP Sogo dengan mudah.



**Grafik 4 11 Hasil Jawaban Responden Atas Selalu Memuaskan Kebutuhan Pelanggan**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

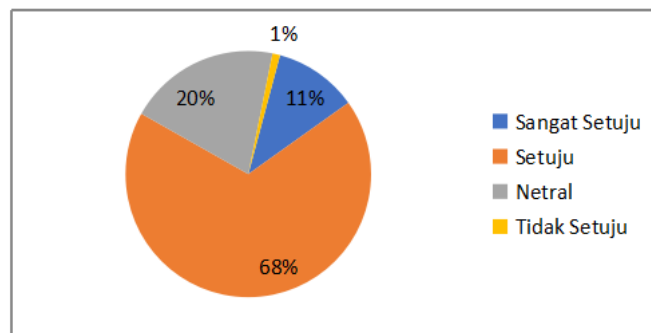
Pada grafik 4.11 menampilkan tanggapan secara umum dikuasai responden yaitu sebanyak 67 orang (67,0%) ialah responden menilai “setuju”. Hal ini menggambarkan bahwa pelangganq menilai bahwa Starbucks CP Sogo selalu memuaskan kebutuhan pelanggan.



**Grafik 4.12 Hasil Jawaban Responden Atas Pelayanan Tepat Waktu dan Efisien**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

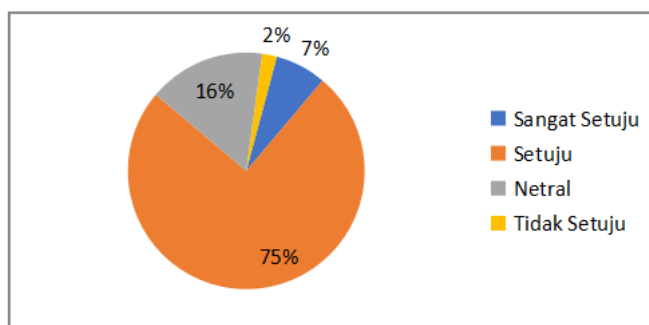
Pada Grafik 4.12 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebesar 64 orang (64,0%) ialah responden menilai “setuju”. Hal ini memberitahukan bahwa pelanggan menilai bahwa Starbucks CP Sogo menyediakan pelayanan yang sempurna dari segi waktu dan efisiensi.



**Grafik 4.13 Hasil Jawaban Responden Atas Komunikasi Barista**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

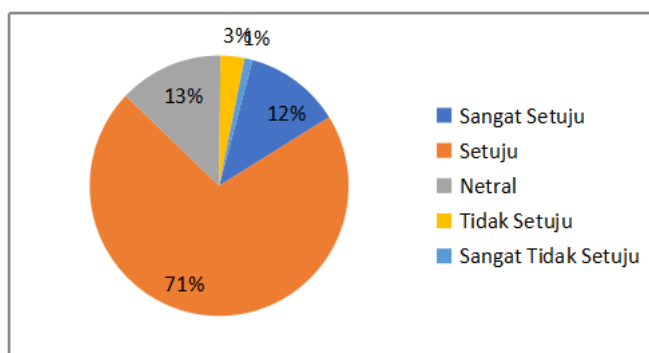
Pada Grafik 4.13 memperlihatkan tanggapan lebih banyak didominasi responden yaitu sebanyak 68 orang (68,0%) artinya responden menilai “setuju”. Hal ini menerangkan bahwa pelanggan menilai bahwa barista Starbucks CP Sogo dapat berkomunikasi dengan jelas.



**Grafik 4 14 Hasil Jawaban Responden Atas Barista Selalu Siap Membantu**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

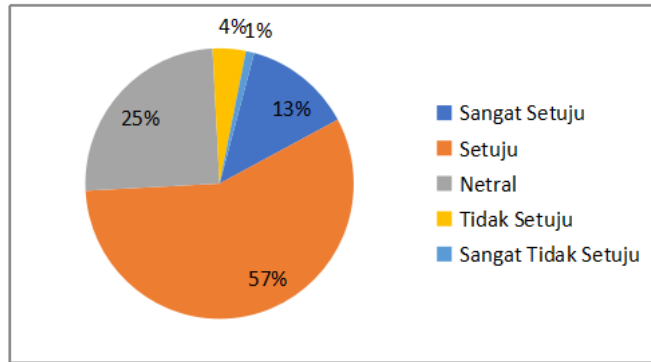
Pada Grafik 4.14 menampakkan tanggapan dominan responden yaitu sebesar 75 orang (75,0%) adalah responden menilai “setuju”. Hal ini memperlihatkan bahwa barista Starbucks CP Sogo selalu berusaha membantu pelanggan.



**Grafik 4 15 Hasil Jawaban Responden Atas Memenuhi Kebutuhan Dengan Baik**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

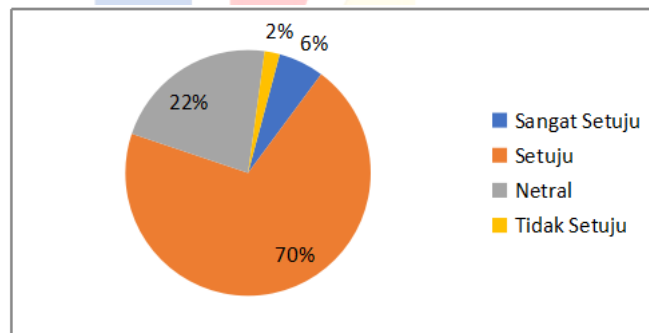
Pada Grafik 4.15 menerangkan tanggapan dominan responden yaitu sebanyak 71 orang (71,0%) ialah responden yang menjawab “setuju” . Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai bahwa Starbucks CP Sogo memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik



**Grafik 4 16 Hasil Jawaban Responden Atas Merasa Aman dalam Bertransaksi**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada Grafik 4.16 menerangkan tanggapan dominan responden yaitu sebanyak 67 orang (57,0%) merupakan responden menilai “setuju”. Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai bahwa pelanggan merasa aman dalam bertransaksi di Starbucks CP Sogo

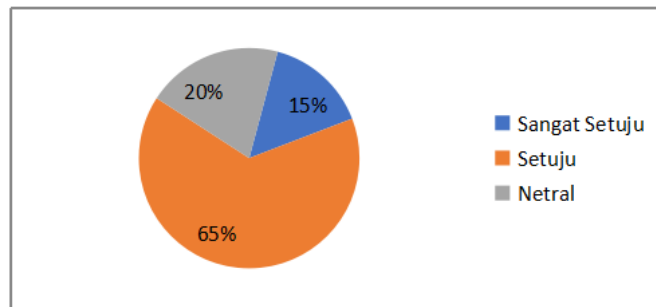


**Grafik 4 17 Hasil Jawaban Responden Atas Barista Selalu Bersikap Sopan**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada Grafik 4.17 menampilkan tanggapan lebih banyak didominasi responden yaitu sebanyak 70 orang (70,0%) adalah responden menilai “setuju”. Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai bahwa Barista Starbucks CP Sogo selalu bersikap sopan

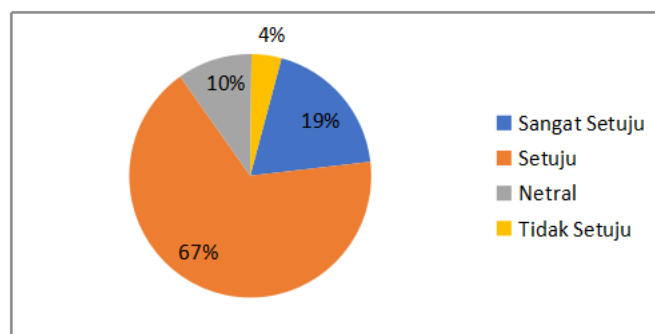




**Grafik 4 18 Hasil Jawaban Responden Atas Pengetahuan Barista Tentang Pekerjaannya**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

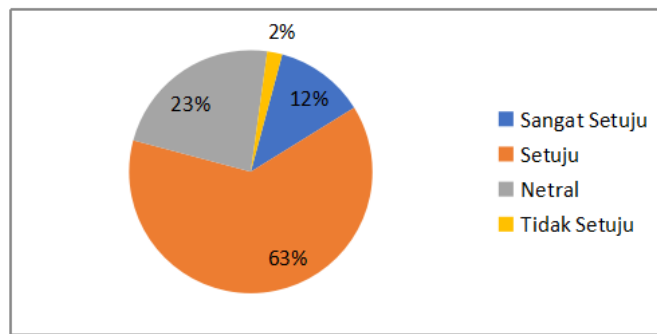
Pada Grafik 4.18 menerangkan tanggapan dominan responden yaitu sebanyak 65 orang (65,0%) merupakan responden menilai “setuju”. Hal ini memberitahukan bahwa pelanggan menilai bahwa Barista Starbucks CP Sogo mempunyai pengetahuan yang luas mengenai pekerjaannya



**Grafik 4 19 Hasil Jawaban Responden Atas Percaya Dengan Kinerja Barista**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

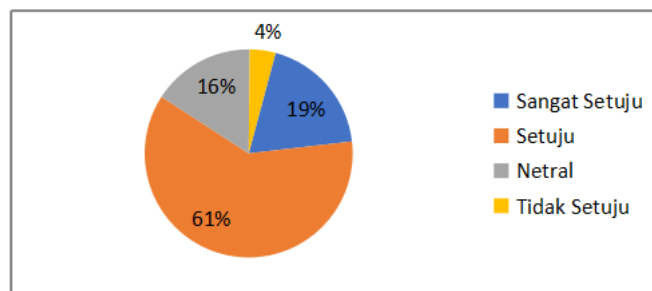
Pada Grafik 4.19 memperlihatkan tanggapan secara umum dikuasai yaitu sebanyak 67 orang (67,0%) adalah responden yang menjawab “setuju”. Hal ini menampakkan bahwa pelanggan menilai bahwa pelanggan dapat mempercayai kinerja menurut barista Starbucks CP Sogo



**Grafik 4 20 Hasil Jawaban Responden Atas Barista Selalu Memperhatikan Pelanggan**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

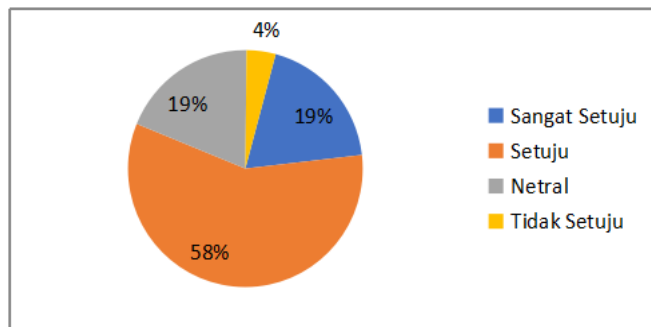
Pada grafik 4.20 menerangkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 63 orang (63,0%) adalah responden yang menjawab “setuju”. Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai bahwa Barista Starbucks CP Sogo selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan



**Grafik 4 21 Hasil Jawaban Responden Atas Jam Operasional Yang Sesuai**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada grafik 4.21 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 61 orang (61,0%) merupakan responden yang menjawab “setuju”. Hal ini menerangkan bahwa pelanggan menilai bahwa Starbucks CP Sogo memiliki jam operasional yang sesuai



**Grafik 4 22 Hasil Jawaban Responden Atas Kemudahan Menemukan Produk Starbucks**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada Grafik 4.22 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 58 orang (58,0%) ialah responden menilai “setuju”. Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai bahwa pelanggan dengan mudah menemukan dan membeli produk Starbucks CP Sogo.

**Table 4.1.3.2 Tanggapan Hasil Kualitas Pelayanan (X1)**

Indikator	Pertanyaan	Rata-Rata	Kategori
X1.1	Starbucks CP Sogo menyediakan sistem pelayanan yang menarik	3.89	Baik
X1.2	Starbucks CP Sogo dilengkapi dengan teknologi yang canggih	3.73	Baik
X1.3	Barista Starbucks CP Sogo berpenampilan profesional	3.78	Baik
X1.4	Barista Starbucks CP Sogo mengenakan seragam yang rapi	3.84	Baik
X1.5	Barista Starbucks CP Sogo melayani pesanan konsumen dengan tepat dan	3.85	Baik

	akurat		
X1.6	Barista Starbucks CP Sogo menyajikan pesanan saya sesuai waktu yang dijanjikan	3.85	Baik
X1.7	Saya dapat melakukan pemesanan di Starbucks CP Sogo dengan mudah	3.91	Baik
X1.8	Starbucks CP Sogo selalu memuaskan kebutuhan saya	3.84	Baik
X1.9	Starbucks CP Sogo menyediakan pelayanan yang tepat waktu dan efisien	3.72	Baik
X1.10	Barista Starbucks CP Sogo dapat berkomunikasi dengan jelas	3.89	Baik
X1.11	Barista Starbucks CP Sogo selalu berusaha membantu saya	3.87	Baik
X1.12	Starbucks CP Sogo memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik	3.9	Baik
X1.13	Saya merasa aman dalam bertransaksi di Starbucks CP Sogo	3.77	Baik
X1.14	Barista Starbucks CP Sogo selalu bersikap sopan	3.8	Baik
X1.15	Barista Starbucks CP Sogo memiliki pengetahuan yang luas tentang pekerjaannya	3.95	Baik

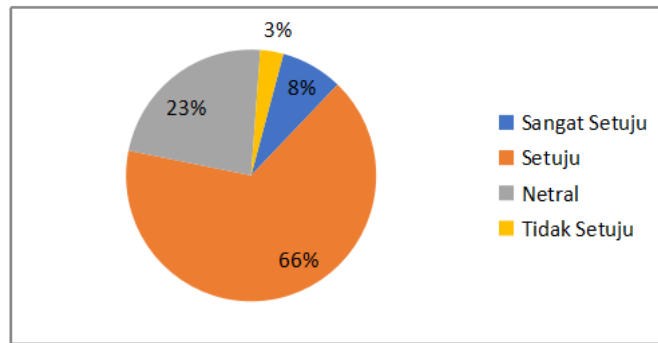
X1.16	Saya dapat mempercayai kinerja dari barista Starbucks CP Sogo	4.01	Sangat Baik
X1.17	Barista Starbucks CP Sogo selalu memperhatikan kebutuhan saya	3.85	Baik
X1.18	Starbucks CP Sogo memiliki jam operasional yang sesuai	3.95	Baik
X1.19	Mudah menemukan dan membeli produk Starbucks CP Sogo	3.92	Baik
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.85</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel tersebut bisa diketahui tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dapat dikatakan baik, karena memiliki rata-rata 3.85. Penilaian tertinggi responden adalah pelanggan bias mempercayai kinerja menurut barista Starbucks CP Sogo. Walau demikian terdapat yang perlu ditingkatkan untuk indicator yang memiliki nilai underaverage.

#### 4.1.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks CP Sogo

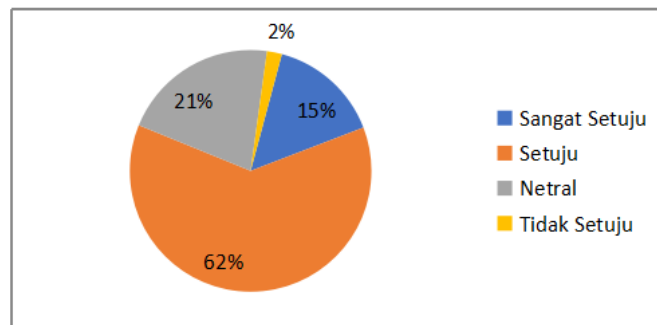
Hasil Jawaban Responden Atas Kepuasan Pelanggan Starbucks CP Sogo diuraikan pada tabel-tabel berikut.



**Grafik 4 25 Hasil Jawaban Responden Atas Kepuasan Pada Kualitas Makanan dan Minuman**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

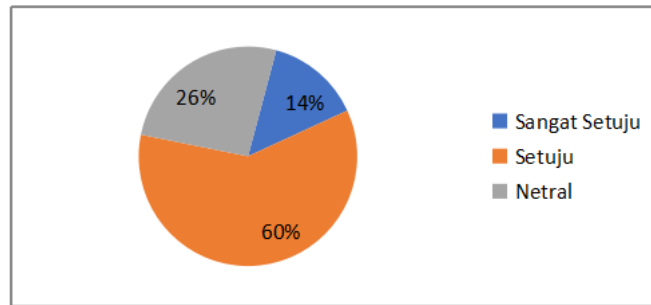
Pada Grafik 4.25 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 66 orang (66,0%) ialah responden menilai “setuju”. Hal ini memperlihatkan pelanggan yang menilai bahwa pelanggan puas dengan kualitas yang ditawarkan di Starbucks CP Sogo



**Grafik 4 26 Hasil Jawaban Responden Atas Kepuasan Pada Keamanan, Kenyamanan dan Kebersihan**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada Grafik 4.26 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 62 orang (62,0%) ialah responden menilai “setuju” . Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan puas dengan keamanan, kenyamanan dan kebersihan Starbucks CP Sogo.



**Grafik 4.27 Hasil Jawaban Responden Atas Selalu Membeli Produk Starbucks CP Sogo**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada Grafik 4.27 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 60 orang (60,0%) ialah responden menilai “setuju”. Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan selalu membeli produk yang dijual di Starbucks CP Sogo jika produk sesuai dengan harapan para pelanggan.

**Table 4.1.3.3 Tanggapan Hasil Kepuasan Pelanggan (X2)**

Indikator	Pertanyaan	Rata-Rata	Kategori
X2.1	Saya merasa puas dengan kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan di Starbucks CP Sogo	3.79	Baik
X2.2	Saya merasa puas dengan keamanan, kenyamanan dan kebersihan Starbucks CP Sogo	3.90	Baik
X2.3	Saya akan selalu membeli produk yang dijual di Starbucks CP Sogo jika produk	3.88	Baik

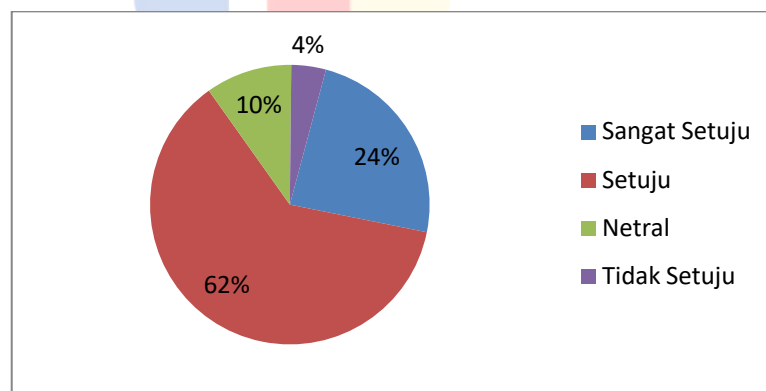
	tersebut sesuai dengan apa yang saya harapkan		
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.86</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Dari Tabel 4.1.1.1 diketahui bahwa tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan Starbucks CP Sogo dapat dikatakan baik, karena memiliki rata-rata 3.86. Penilaian tertinggi responden ialah pelanggan merasa puas dengan keamanan, kenyamanan dan kebersihan Starbucks CP Sogo.

#### 4.1.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks CP Sogo

Jawaban Responden Atas loyalitas pelanggan Starbucks CP Sogo diuraikan pada tabel-tabel berikut.

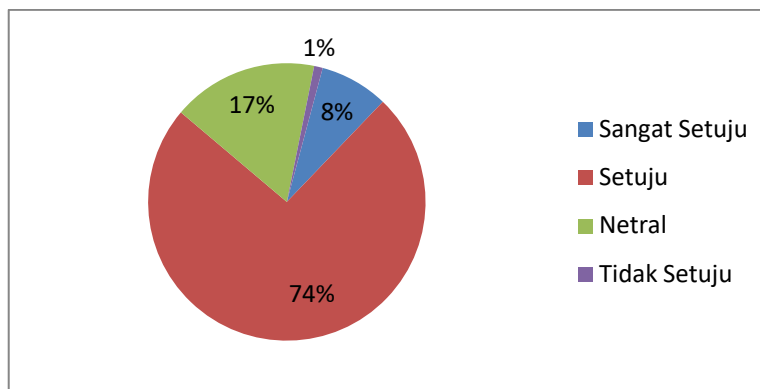


**Grafik 4.28 Hasil Jawaban Responden Atas Melakukan Pembelian Ulang**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada Grafik 4.28 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 62 orang (62,0%) ialah responden menilai “setuju”. Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan akan melakukan pembelian ulang ke Starbucks CP Sogo

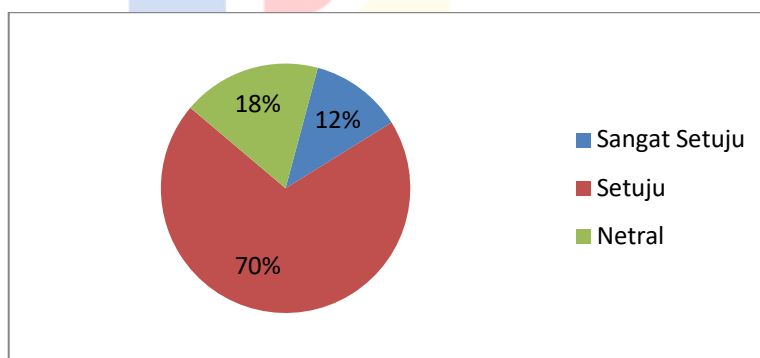




**Grafik 4 29 Hasil Jawaban Responden Atas Memilih Starbucks CP Sogo**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada Grafik 4.29 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 74 orang (74,0%) ialah responden menilai “setuju” . Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai akan memilih Starbucks CP Sogo dibanding kedai kopi lain.



**Grafik 4 30 Hasil Jawaban Responden Atas Merekomendasikan Starbucks CP Sogo**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Pada Grafik 4.30 memperlihatkan tanggapan mayoritas responden yaitu sebanyak 70 orang (70,0%) ialah responden menilai “setuju” . Hal ini memperlihatkan bahwa pelanggan menilai akan merekomendasikan kepada orang lain atau keluarga untuk membeli produk di Starbucks CP Sogo.

<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Rata-Rata</b>	<b>Kategori</b>
Y.1	Saya akan melakukan pembelian ulang ke Starbucks CP Sogo	4.06	Sangat Baik
Y.2	Saya akan memilih Starbucks CP Sogo dibanding kedai kopi lain	3.89	Baik
Y.3	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk membeli produk di Starbucks CP Sogo	3.94	Baik
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.96</b>	<b>Baik</b>

**Table 4.1.3.4 Tanggapan Hasil Loyalitas Pelanggan (Y)**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Dari tabel dapat diketahui tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan Starbucks CP Sogo dapat dikatakan baik, karena memiliki rata-rata 3.96. Penilaian tertinggi responden ialah pelanggan akan melakukan pembelian ulang ke Starbucks CP Sogo dengan kategori sangat baik.

#### **4.1.4 Uji Asumsi Klasik**

##### **4.1.4.1 Uji Normalitas**

Berikut hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.21164005
	Absolute	.080
Most Extreme Differences	Positive	.043
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.802
Asymp. Sig. (2-tailed)		.541

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Gambar 4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Hasil uji normalitas pada gambar 4.1.4.1 menerangkan bahwa asymp. Sig. sebanyak 0,541. Nilai ini berada di atas kriteria 0,05. Dari kriteria penerimaan uji normalitas, bisa dikatakan data residual sudah berdistribusi normal.

#### 4.1.4.2 Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas seperti pada tabel berikut ini.

**Table 4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas**

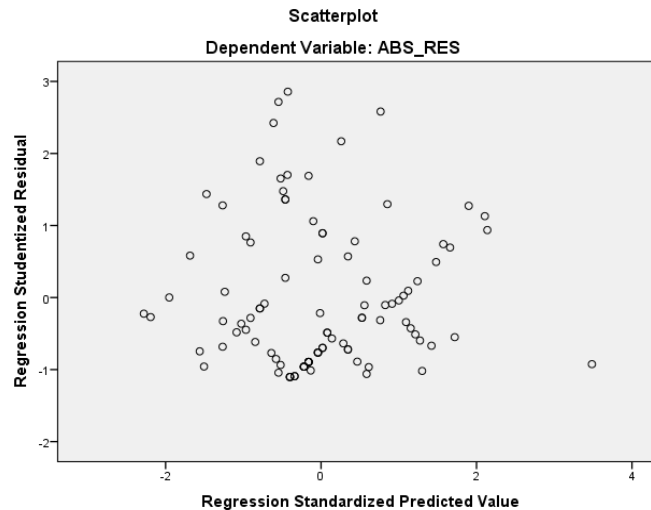
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	.760	1.316
Kepuasan Pelanggan	.760	1.316

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Dari uji multikolinearitas Tabel 4.1.4.2 nilai kedua tolerance variabel  $> 0,1$  yaitu 0.760. Nilai VIF variabel independen juga  $< 10$  yaitu 1.316. Sehingga dikatakan tidak saling mengganggu dalam model.

#### 4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji grafik scatter plot terlihat di gambar berikut:



Gambar 4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.1.4.3, terlihat pola yang tidak teratur dan tidak jelas. Titik tersebar diatas dan bawah angka nol. Dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model.

#### 4.1.5. Regresi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui kenaikan atau penurunan kepuasan pelanggan jika variabel kualitas pelayanan mengalami perubahan. Berikut hasil regresi dengan SPSS.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.106	1.348		3.047	.003
Kualitas Pelayanan	.102	.018	.490	5.565	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Gambar 4.1.5 Regresi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Sumber: SPSS telah diolah (2019)

Berdasarkan Gambar 4.1.5 diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut.

$$Y = 4.106 + 0,102X_1$$

Persamaan regresi ini memperlihatkan bahwa:

- A. Konstanta 4.106 : jika kualitas pelayanan sama dengan nol maka kepuasan pelanggan ialah sebesar 4.106.
- B. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ialah sebesar (0,102) : jika Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan dan variable lainnya tetap, maka variable kepuasan pelanggan juga ikut meningkat sebesar 0,102 satuan.

#### 4.1.5.1 Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini ialah:

H1: Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO

Dengan signifikansi 0,05 maka pengambilan keputusan uji hipotesis ialah:

- A. Jika sig. < 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima
- B. Jika sig. ≥ 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.106	1.348		3.047	.003
Kualitas Pelayanan	.102	.018	.490	5.565	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Gambar 4.1.5.1 Hasil Uji t**

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan uji statistik t di Gambar 4.1.5.1, maka nilai *sig.* variabel kualitas pelayanan ialah 0,000. Nilai ini kurang dari kriteria yang ditetapkan sebesar 0,05. Maka keputusan uji ialah **H<sub>1</sub> diterima**, artinya kualitas pelayanan berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO.

#### 4.1.5.2 Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.490 <sup>a</sup>	.240	.232	1.337

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Gambar 4.1.5.2 Koefisien Determinasi**

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Dari perhitungan koefisien determinasi pada Gambar 4.1.5.2, dapat diketahui nilai *R Square* ialah 0,240. Nilai ini memperlihatkan kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan pada Starbucks CP

Sogo sebesar 24,0% sisanya 76,0% dipengaruhi hal lain yang belum dianalisis

#### 4.1.6. Regresi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Regresi berganda dipakai untuk mengetahui kenaikan atau penurunan loyalitas pelanggan jika kualitas pelayanan atau kepuasan pelanggan mengalami perubahan. Berikut hasil analisis regresi berganda dengan SPSS.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	3.179	1.291			
1	Kualitas Pelayanan	.058	.019	.285	3.024	.003
	Kepuasan Pelanggan	.385	.092	.392	4.160	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Gambar 4.1.6 Regresi Berganda**

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Dari Gambar 4.1.6 diperoleh persamaan regresi berganda.

$$Y = 3.179 + 0,058X_1 + 1,385 X_2$$

Persamaan regresi ini memperlihatkan bahwa:

- A. Konstanta sebesar 3.179 artinya jika kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bernilai nol maka loyalitas pelanggan ialah 3.179.
- B. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan ialah (0,058): jika Kualitas Pelayanan naik 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka loyalitas pelanggan akan naik 0,058 satuan.
- C. Koefisien regresi Kepuasan Pelanggan (0,385): jika Kepuasan Pelanggan naik 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka loyalitas pelanggan juga akan naik 0,385 satuan.

#### 4.1.6.1 Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji ialah:


H2: Kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO

H3: Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan memiliki hubungan positif secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO

Dengan sig 0,05 maka pengambilan keputusan uji hipotesis ialah:

C. Jika sig. < 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>2</sub> H<sub>3</sub> diterima

D. Jika sig. ≥ 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>2</sub>H<sub>3</sub>ditolak



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3.179	1.291		
1					
Kualitas Pelayanan	.058	.019	.285	3.024	.003
Kepuasan Pelanggan	.385	.092	.392	4.160	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Gambar 4.1.6.1 Hasil Uji t**

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Dari uji statistik t Gambar 4.1.6.1, maka nilai sig. variabel kualitas pelayanan ialah 0,003. Nilai ini kurang dari 0,05. Maka keputusan uji ialah H<sub>2</sub> diterima, artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO.

Berdasarkan hasil uji statistik t pada Tabel 4.39, maka nilai sig. variabel kepuasan pelanggan ialah 0,000. Nilai tersebut kurang dari 0,05. Maka keputusan uji ialah H<sub>3</sub> diterima, artinya kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan positif pada loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO.



#### 4.1.6.2 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur kemampuan model variable kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam menjelaskan variasi variable loyalitas pelanggan Starbucks CP Sogo.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 <sup>a</sup>	.345	.331	1.224

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Gambar 4.1.6.2 Koefisien Determinasi**

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Dari perhitungan koefisien determinasi pada Gambar 4.1.6.2, didapat R Square ialah 0,345. Nilai ini memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan terjadinya loyalitas pelanggan pada Starbucks CP Sogo sebesar 34,5% sedangkan sisanya sebesar 65,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis.

#### 4.2 Pembahasan

Pembahasan penelitian ini mengacu pada hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Berikut ialah ringkasan hasil uji hipotesis yang telah didapatkan.

**Table 4.2.1 Kesimpulan Uji Hipotesis**

No	Hubungan	Hasil Uji	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	Sig. 0,000 < 0,05	H <sub>1</sub> diterima
2	Kualitas Pelayanan → Loyalitas Pelanggan	Sig. 0,003 < 0,05	H <sub>2</sub> diterima

3	Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	Sig. 0,000 < 0,05	H <sub>3</sub> diterima
---	---	-------------------	-------------------------

Hipotesis pertama penelitian ini ialah “Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO”. Pada pengujian hipotesis pertama diketahui nilai *sig.* variabel Kualitas Pelayanan ialah 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi penelitian yang ditetapkan 0,05. Maka keputusan uji ialah H<sub>1</sub> diterima, artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO.

Hipotesis kedua penelitian ini ialah “Kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO”. Pada pengujian hipotesis kedua diketahui nilai *sig.* variabel Kepuasan Pelanggan ialah 0,003. Nilai ini kurang dari 0,05. Maka keputusan uji ialah H<sub>2</sub>diterima, artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO.

Hipotesis ketiga penelitian ini ialah “Kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif pada loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO”. Pada pengujian hipotesis ketiga diketahui nilai *sig.* pada model regresi ialah 0,000. Nilai tersebut kurang dari 0,05. Maka keputusan uji ialah H<sub>3</sub> diterima, artinya kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif pada loyalitas pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO.

Berdasarkan hasil penelitian ini, telah dibuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan di Starbucks CP Sogo mampu memberikan kepuasan bagi para pelanggannya. Hasil studi ini mengkonfirmasi bahwa konsumen yang puas terhadap kualitas pelayanan, kualitas makanan, minuman, keamanan, dan kebersihan Starbucks CP Sogo akan mempunyai dampak loyalitas pada Starbucks CP Sogo.