

BAB IV ANALASI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 4.1 Fore Coffee di Mal Taman Anggrek

Sumber: pergikuliner.com (2019)

Fore Coffee merupakan *coffee shop* salah satunya terletak pada lantai dasar, Mall Taman Anggrek di Kecamatan Grogol Petamburan, Kota Jakarta Barat. Tepatnya berada di lantai dasar dalam Mall Taman Anggrek. Dikutip dari Fore Coffee (2019), Fore Coffee didirikan pada 2018. Fore Coffee merupakan sebuah *startup kopi retail* yang ingin menyajikan *high quality Coffee* untuk para pelanggannya. Nama Fore yang diambil dari kata *forest* yang merupakan harapan untuk tumbuh dengan cepat, kuat, tinggi & menghidupi semua yang ada di sekitar kami. Kami ingin eksistensi kami akan membuat standar baru kopi berkualitas untuk konsumen.

Meskipun tergolong sebuah *cafe* yang baru, namun Fore Coffee mengumumkan telah menerima pendanaan lanjutan sebesar US\$ 8,5 juta setara dengan Rp. 127 miliar. (Techinasia, 2019)

Fore Coffee saat ini memiliki 35 gerai di Jakarta. Banyaknya tersebut bertambah hampir 2 kali lipat di dibandingkan bulan Januari yang hanya 19 *outlet*. (Setyowati, 2019).

Berdasarkan yang dikutip oleh Yulin Masdakaty (2019), Fore coffee didirikan pada bulan Agustus 2018. Fore coffee lahir untuk ikut memeriahkan persaingan jasa *industry* kopi dikalangan para *professional* muda dan generasi milenial yang mulai membudaya dalam mengkonsumsi kopi, juga agar para generasi *milenial* tidak terbawa dengan mengkonsumsi minuman berbasis budaya asing yang lebih mengedepankan minuman beralkohol. Selain itu juga ikut berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi dibidang pariwisata dan budaya.

Fore coffee berasal dari kata *forest* yang Bahasa Indonesianya berarti hutan dengan ambisi perkembangan fore coffee nantinya akan memberikan kehidupan yang lebih baik bagi lingkungan sekitarnya serta ikut memelihara kelestarian hutan dan alam sekitarnya dengan konsep ramah lingkungan, berkualitas unggul yang sesuai perkembangan citra rasa kulturistik.

Menurut Elisa Suteja (2019) selaku pendiri dan wakil dari CEO Fore Coffee, "Jadi kalau pembedanya sendiri dari *experience-nya* itu, kedua dari produk, kami komitmen untuk menyajikan kopi yang berkualitas kepada *customer*. Jadi dari biji kopinya ambil dari mana, prosesnya seperti apa. Lalu industri kopi itu ada tingkatan pengolahannya seperti *dark roast, medium roast*, dan seterusnya. Kami memberikan kopi yang kalau konsumen minum setiap hari itu efeknya tetep sehat buat mereka."

Elisa Suteja (2019) menambahkan, "Fore Coffee menggunakan kopi *arabica* terseleksi yang berasal dari berbagai wilayah nusantara dan didapatkan langsung dari kebun *organic* dengan menjunjung prinsip dagang secara langsung dan terbuka."

4.2 Analisis Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Populasi yang dipakai dipengamatan yaitu pelanggan Fore Coffee Mall Taman Anggrek. Pengambilan sampel yang dipakai berjumlah sebanyak 98 responden. Identitas dari responden tersebut dapat dibagi ke dalam beberapa kriteria karakteristik seperti *gender*, umur, pekerjaan, daerah tempat tinggal dan pendapatan rata-rata setiap bulan.

4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	57	58.2	58.2	58.2
	Perempuan	41	41.8	41.8	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Gambar 4.2

Diagram pie karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer, 2020

Atas dasar hasil data diatas banyaknya responden yang ber-gender laki-laki melebihi banyaknya responden yang ber-gender perempuan. sejumlah 57 responden atau 58,2% ber-gender laki-laki dan responden ber-gender perempuan sejumlah 41 responden atau 41,8%. Hal ini dapat dilihat pada umumnya budaya meminum kopi lebih sering dilakukan oleh laki –laki dibanding dengan perempuan. Sebagai gambaran sejak zaman dahulu kaum pria suka berkumpul bersama sambil berdiskusi berbagai macam masalah yang ada dengan ditemani secangkir kopi. Hal seperti diatas tidak banyak dijumpai oleh kaum wanita, dimana mereka lebih

menyibukan diri masing-masing sebagai ibu rumah tangga. Kebiasaan tersebut berlanjut turun temurun sampai sekarang, namun saat ini sudah banyak kaum perempuan yang bekerja dikantor, diluar jam kerja mereka para perempuan karir tetap lebih banyak yang mengerjakan pekerjaan rumah tangga dibandingkan kaum pria.

4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Tabel 4.2

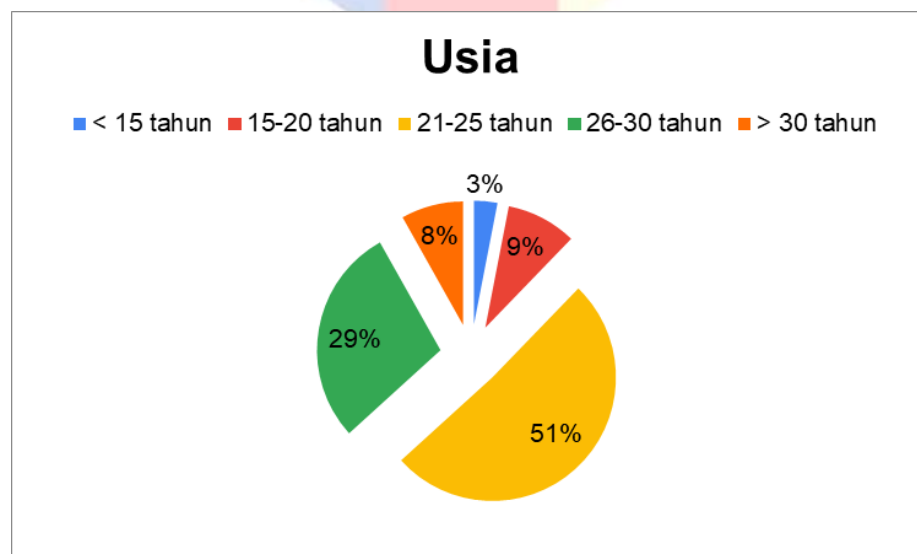
Karakteristik responden berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 15 tahun	3	3.1	3.1	3.1
	15-20 tahun	9	9.2	9.2	12.2
	21-25 tahun	50	51.0	51.0	63.3
	26-30 tahun	28	28.6	28.6	91.8
	> 30 tahun	8	8.2	8.2	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Gambar 4.3

Diagram pie karakteristik responden berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer, 2020

Atas dasar data tertera dapat di lihat maka total dari responden yang terbanyak diusia 21-25 tahun yaitu 50 responden atau 51%. Responden diusia 26-30 tahun terdapat sejumlah 28 responden atau 28,6%. Responden diusia 15-20 tahun terdapat sejumlah 9 responden atau 9,2%. Responden diusia >30 tahun terdapat sejumlah 8 responden atau 8,2%. Sementara responden diusia <15 tahun terdapat sebanyak 3 responden atau 3,1%. Dari hasil paling dominan diatas adalah umur 21 – 25 yang merupakan mahasiswa dan pekerja, yang sebagian besar belum berumah tangga sehingga waktu yang dimiliki lebih banyak.

4.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

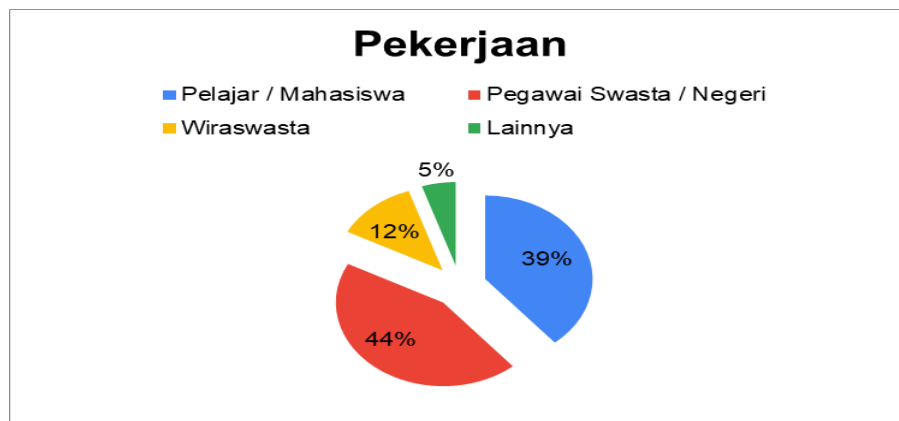
Tabel 4.3
Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	38	38.8	38.8	38.8
	Pegawai Swasta / Negeri	43	43.9	43.9	82.7
	Wiraswasta	12	12.2	12.2	94.9
	Lainnya	5	5.1	5.1	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Gambar 4.4

Diagram pie karateristik responden berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data Primer, 2020

Atas dasar hasil data diatas bisa di lihat, total responden yang paling banyak yaitu bekerja sebagai pegawai swasta/negeri sejumlah 43 responden atau 43,9%. Responden pelajar/mahasiswa terdapat sejumlah 38 responden atau 38,8%. Responden wiraswasta terdapat sejumlah 12 responden atau 12,2%, dan lain-lain 5 responden atau 5,1%. Dari hasil paling dominan diatas adalah pegawai swasta/negeri di karena kan mereka sudah bekerja maka penghasilan yang mereka memiliki lebih banyak uang untuk membeli kopi dibandingkan mahasiswa / pelajar yang masih memgandalkan uang orang tua.

4.2.5 Karakteristik Responden berdasarkan Daerah Tempat Tinggal

Tabel 4.4

Karakteristik responden berdasarkan Daerah Tempat Tinggal

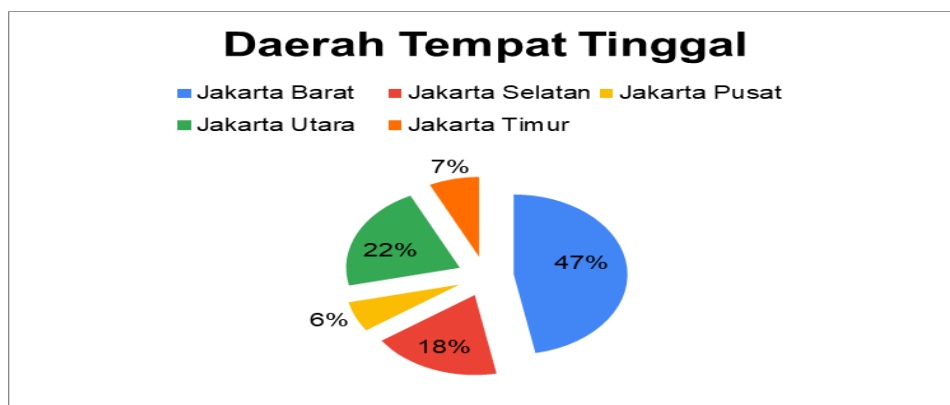
Daerah Tempat Tinggal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jakarta Barat	46	46.9	46.9	46.9
	Jakarta Selatan	18	18.4	18.4	65.3
	Jakarta Pusat	6	6.1	6.1	71.4
	Jakarta Utara	21	21.4	21.4	92.9
	Jakarta Timur	7	7.1	7.1	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Gambar 4.5

Diagram pie karakteristik respnden berdasarkan Daerah Tempat Tinggal



Sumber: Data Primer, 2020

Atas dasar hasil data tertera bisa di lihat total responden terbanyak berdomisili di Jakarta Barat sejumlah 46 responden atau 46,9%. Selanjutnya Jakarta Utara sejumlah 21 responden atau 21,4%, Jakarta Selatan sejumlah 18 responden atau 18,4%, Jakarta Timur sejumlah 7 responden atau 7,1%, dan Jakarta Pusat sejumlah 6 responden atau 6,1%. Dari hasil paling dominan diatas adalah Jakarta barat di karena kan letak Fore coffee yang di teliti terletak di Mal Taman Anggrek yang merupakan wilayah Jakarta Barat.

4.2.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.5

Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan

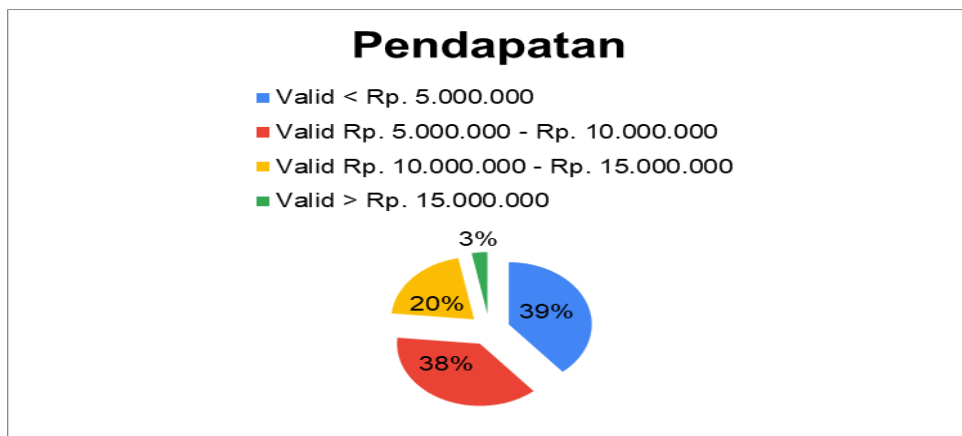
Pendapatan Rata-rata Setiap Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 5.000.000	38	38.8	38.8	38.8
Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	37	37.8	37.8	76.5
Rp. 10.000.000 - Rp. 15.000.000	20	20.4	20.4	96.9
> Rp. 15.000.000	3	3.1	3.1	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Gambar 4.6

Diagram pie karakteristik responden berdasarkan Pendapatan



Sumber: Data Primer, 2020

Atas dasar hasil data tertera bisa di lihat, total responden terbanyak yaitu berpendapatan setiap bulan sebesar < Rp. 5.000.000 yaitu sejumlah 38 responden / 38,8%. Responden yang berpendapatan setiap bulan sejumlah Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000 yaitu sejumlah 37 responden atau 37,8%. Responden yang berpendapatan setiap bulan sebesar Rp. 10.000.000 - Rp. 15.000.000 sejumlah 20 responden / 20,4%. Responden yang berpendapatan setiap bulan > Rp. 15.000.000 yaitu sejumlah 3 responden atau 3,1%. Dari hasil paling dominan maka dapat dikatakan harga yang diberikan oleh Fore coffee terjangkau sehingga banyak dari mahasiswa/ *fresh graduate* yang sudah bekerja dapat membelinya.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada pengunjung Fore Coffee Mall Taman Angrek dan menguji validitas dan menguji reliabilitas dari data terkumpul. Berikut merupakan data dari uji keseluruhan:

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel X

Daftar Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keputusan
P1	0.690	0,197	Valid
P2	0.595	0,197	Valid
P3	0.662	0,197	Valid
P4	0.608	0,197	Valid
P5	0.697	0,197	Valid
P6	0.707	0,197	Valid
P7	0.617	0,197	Valid
P8	0.689	0,197	Valid
P9	0.691	0,197	Valid
P10	0.662	0,197	Valid

P11	0.600	0,197	Valid
P12	0.704	0,197	Valid
P13	0.713	0,197	Valid
P14	0.683	0,197	Valid
P15	0.680	0,197	Valid
P16	0.720	0,197	Valid
P17	0.691	0,197	Valid
P18	0.771	0,197	Valid
P19	0.657	0,197	Valid
P20	0.637	0,197	Valid
P21	0.751	0,197	Valid

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	69.80	65.092	.690	.949
P2	69.84	65.478	.595	.950
P3	69.84	64.901	.662	.949
P4	69.68	65.497	.608	.950
P5	69.79	65.036	.697	.949
P6	69.82	64.729	.707	.949
P7	69.78	65.908	.617	.950
P8	69.83	64.248	.689	.949
P9	69.81	64.859	.691	.949
P10	69.83	65.320	.662	.949
P11	69.91	64.971	.600	.950
P12	69.92	63.828	.704	.949
P13	69.79	64.912	.713	.949
P14	69.84	64.303	.683	.949
P15	69.81	64.735	.680	.949
P16	69.79	64.397	.720	.948
P17	69.83	64.227	.691	.949
P18	69.90	62.752	.771	.948
P19	69.78	64.939	.657	.949
P20	69.74	65.347	.637	.950
P21	69.85	63.698	.751	.948

Sumber: Data Primer, 2020

Tabel diatas memperlihatkan bahwa terdapat korelasi yang positif dari pertanyaan-pertanyaan dalam variabel X. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa 21 pertanyaan dalam kuesioner variabel X adalah valid. Hal ini didukung dengan angka-angka dalam *Correct Item Total Corelation* diatas kian besar dari nilai r hitung yang senilai 0,197.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Y

Daftar Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keputusan
P22	0.713	0,197	Valid
P23	0.759	0,197	Valid
P24	0.647	0,197	Valid
P25	0.729	0,197	Valid
P26	0.729	0,197	Valid
P27	0.729	0,197	Valid
P28	0.737	0,197	Valid
P29	0.666	0,197	Valid

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P22	24.22	10.217	.713	.899
P23	24.13	10.384	.759	.895
P24	24.22	10.382	.647	.906
P25	24.05	10.729	.729	.898
P26	24.07	10.541	.729	.898
P27	24.03	10.731	.729	.898
P28	24.05	10.606	.737	.897
P29	24.00	10.845	.666	.903

Sumber: Data Primer, 2020

Skema diatas memperlihatkan terdapat korelasi positif atas pertanyaan-pertanyaan dalam variabel Y. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa 8

pertanyaan dalam kuesioner variabel Y adalah valid. Hal ini didukung dengan angka-angka dalam *Correct Item Total Correlation* diatas lebih besar dari nilai r hitung yang senilai 0,197.

Tabel 4.8
Uji Reliability Statistic Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.951	21

Sumber: Data Primer, 2020

Jadi uji reliabilitas menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas Variabel X atau yang disebut dengan *cronbach's alpha* mempunyai angka sebesar 0,951. Peneliti merujuk kepada teori dari Sunyoto yang menyatakan status *variable* disebut *reliable* bilamana memiliki nilai hasil *cronbach's alpha* (α) sebesar $> 0,60$. Jadi bisa di katakan kuisisioner yang disebarkan reliabel sebab mempunyai angka *cronbach's alpha* sebesar 0,951.

Tabel 4.9
Uji Reliability Statistic Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.911	8

Sumber: Data Primer, 2020

Jadi uji reliabilitas menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas Variabel Y atau yang disebut dengan *cronbach's alpha* mempunyai angka sebesar 0,911. Peneliti merujuk kepada teori dari Sunyoto yang menyatakan status *variable* dikatakan *reliable* bilamana mempunyai angka hasil *cronbach's alpha* (α) sebesar $> 0,60$. Jadi bisa di katakan kuisisioner yang disebarkan *reliable* disebabkan nilai *cronbach's alpha* senilai 0,911.

4.4 Analisis Variabel X

4.4.1 Dimensi Tangible

Tabel 4.10

Pertanyaan 1 (P1)

Penampilan karyawan Fore coffee rapih dalam melayani pelanggan.

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat Tidak setuju	0	0.0	0.0	3.51
Tidak setuju	1	1.0	1.0	
Setuju	46	46.9	46.9	
Sangat setuju	51	52.0	52.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Dapat dilihat pada skema tertera, bagian terbesar dari responden sangat setuju dengan penampilan karyawan Fore coffee rapih dalam melayani pelanggan. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 51 responden / 52% dari total responden. Lalu sebanyak 46 responden atau 46,9% mengatakan setuju. Responden menjawab tidak setuju berjumlah 1 orang / 1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden banyak yang menjawab setuju. Berdasarkan pengalaman dari peneliti karyawan di Fore coffee menggunakan seragam yang rapih dan lengkap.

Tabel 4.11

Pertanyaan 2 (P2)

Fore coffee memberikan tempat yang nyaman dan bersih.

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.47
Tidak setuju	3	3.1	3.1	
Setuju	46	46.9	46.9	
Sangat setuju	49	50.0	50.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema tertera, bagian terbesar dari responden sangat setuju dengan Fore coffee menyediakan tempat yang nyaman dan bersih. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 49 responden / 50% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 46 responden / 46,9% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju berjumlah 3 orang atau 3,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee memberikan tempat yang suasananya cukup nyaman dan bersih. Berdasarkan pengalaman dari peneliti design dari tempat yang disediakan oleh Fore coffee menciptakan *atmosphere* yang nyaman yang bisa mengundang pelanggan untuk berkunjung kembali.

Tabel 4.12

Pertanyaan 3 (P3)

Karyawan Fore coffee memiliki kedisiplinan yang baik.

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.47
Tidak setuju	3	3.1	3.1	
Setuju	46	46.9	46.9	
Sangat setuju	49	50.0	50.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema tertera, bagian terbesar dari responden menjawab sangat setuju bahwa karyawan Fore coffee memiliki kedisiplinan baik. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 49 responden / 50% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 46 responden / 46,9% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju berjumlah 3 orang / 3,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan barista pada Fore coffee melayani pelanggannya dengan baik. Berdasarkan pengalaman dari peneliti karyawan fore coffee menyediakan produk dengan tepat waktu sesuai dengan apa yang mereka janjikan.

Tabel 4.13

Pertanyaan 4 (P4)

Proses dan pemesanan produk di Fore coffee mudah.

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.62
Tidak setuju	3	3.1	3.1	
Setuju	31	31.6	31.6	
Sangat setuju	64	65.3	65.3	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema tertera, bagian terbesar dari responden mengatakan sangat setuju dengan proses dan pemesanan produk di Fore coffee mudah. Responden yang mengatakan sangat setuju sejumlah 64 responden / 65,3% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 31 responden / 31,6% mengatakan setuju. Responden yang menjawab tidak setuju sejumlah 3 orang / 3,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan barista yang cepat tanggap dan peralatan yang digunakan memadai. Berdasarkan pengalaman dari peneliti karena Fore coffee memiliki aplikasi *mobile* sendiri maka pemesanan jadi lebih mudah.

Tabel 4.14

Pertanyaan 5 (P5)

Peralatan yang digunakan di Fore coffee terlihat modern.

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.52
Tidak setuju	1	1.0	1.0	
Setuju	45	45.9	45.9	
Sangat setuju	52	53.1	53.1	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan pada skema yang tertera, bagian terbesar atas responden sangat setuju bahwa Peralatan yang digunakan di Fore coffee terlihat *modern*. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 52 responden / 53,1% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 45 responden / 45,9% mengatakan setuju. Responden yang mengatakan tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan peralatan yang digunakan Fore coffee terlihat moderen. Berdasarkan pengalaman dari peneliti Fore coffee menggunakan mesin kopi yang baru dan sesuai *standart*.

4.4.2 Dimensi Emphathy

Tabel 4.15

Pertanyaan 6 (P6)

Fore coffee mengutamakan kepentingan konsumen.

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.49
Tidak setuju	2	2.0	2.0	
Setuju	46	46.9	46.9	
Sangat setuju	50	51.0	51.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden sangat setuju bahwa Fore coffee mengutamakan kepentingan konsumen. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 50 responden / 51% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 46 responden / 46,9% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju berjumlah 2 orang / 2%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan barista pada Fore coffee dapat melayani setiap pelanggannya dengan baik. Berdasarkan pengalaman dari peneliti barista Fore coffee sering bertanya kepada para pelanggan mereka apakah ada yang masih kurang dengan pelayanan yang diberikan.

Tabel 4.16

Pertanyaan 7 (P7)

Karyawan Fore coffee melayani dengan sikap ramah.

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.53
Tidak setuju	0	0.0	0.0	
Setuju	46	46.9	46.9	
Sangat setuju	52	53.1	53.1	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, bagian terbesar dari responden mengatakan sangat setuju dengan karyawan Fore coffee melayani dengan sikap ramah. Responden yang mengatakan sangat setuju sejumlah 52 responden atau 53,1% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 46 responden atau 46,9% mengatakan setuju. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat melayani pelanggannya dengan sikap yang ramah. Berdasarkan pengalaman dari peneliti barista Fore coffee melayani pelanggannya dengan murah senyum.

Tabel 4.17

Pertanyaan 8 (P8)

Karyawan Fore coffee melayani dengan sikap sopan.

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	3.48
Tidak setuju	2	2.0	2.0	
Setuju	44	44.9	44.9	
Sangat setuju	51	52.0	52.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden sangat setuju bahwa Karyawan Fore coffee melayani dengan sikap sopan. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 51 responden atau 52% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 44 responden / 44,9% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju berjumlah 2 orang / 2%, lalu responden mengatakan sangat tidak setuju sejumlah 1 orang / 1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat melayani pelanggannya dengan sikap yang sopan. Berdasarkan pengalaman dari peneliti barista dari Fore coffee sopan terhadap pelanggannya dengan senyum dan bahasa tubuhnya.

Tabel 4.18
Pertanyaan 9 (P9)

Setiap karyawan Fore coffee melayani dan menghargai setiap pelanggannya.

P9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.50
Tidak setuju	2	2.0	2.0	
Setuju	45	45.9	45.9	
Sangat setuju	51	52.0	52.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema tertera, bagian terbesar dari responden mengatakan sangat setuju dengan karyawan Fore coffee melayani dan menghargai setiap pelanggannya. Responden menjawab sangat setuju sejumlah 51 responden / 52% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 45 responden / 45,9% menjawab setuju. Responden mengatakan tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat melayani pelanggannya dengan baik. Berdasarkan pengalaman dari peneliti barista Fore coffee baik, ramah, dan sopan.

4.4.3 Dimensi Reliability

Tabel 4.19

Pertanyaan 10 (P10)

Karyawan di Fore coffee melayani pelanggannya dengan cermat.

P10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.48
Tidak setuju	1	1.0	1.0	
Setuju	49	50.0	50.0	
Sangat setuju	48	49.0	49.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan pada skema yang tertera, sebagian besar dari responden setuju bahwa karyawan di Fore coffee melayani pelanggannya dengan cermat. Responden yang mengatakan setuju sejumlah 49 responden atau 50% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 48 responden atau 49% mengatakan sangat setuju. Responden menjawab tidak setuju sejumlah 1 responden atau 1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat melayani pelanggannya dengan cermat. Berdasarkan pengalaman dari peneliti bahwa barista Fore coffee benar-benar memperhatikan keinginan yang disampaikan oleh pelanggan.

Tabel 4.20

Pertanyaan 11 (P11)

Karyawan di Fore coffee menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen dengan baik.

P11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.40
Tidak setuju	6	6.1	6.1	
Setuju	47	48.0	48.0	
Sangat setuju	45	45.9	45.9	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan pada skema yang tertera, sebagian besar atas responden setuju bahwa karyawan di Fore coffee menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen dengan baik. Responden yang mengatakan setuju sejumlah 47 responden atau 48% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 45 responden atau 45,9% mengatakan sangat setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 6 orang atau 6,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat menjelaskan produk yang dimiliki dengan baik. Berdasarkan pengalaman dari peneliti barista Fore coffee menjelaskan produk dari minuman yang disediakan dengan jelas jika pelanggan bertanya.

Tabel 4.21

Pertanyaan 12 (P12)

Karyawan di Fore coffee mampu meyakinkan dan bersimpati ketika pelanggannya memiliki masalah.

P12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.39
Tidak setuju	7	7.1	7.1	
Setuju	46	46.9	46.9	
Sangat setuju	45	45.9	45.9	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden setuju bahwa karyawan di Fore coffee mampu meyakinkan dan bersimpati ketika pelanggannya memiliki masalah. Responden yang mengatakan setuju sejumlah 46 responden atau 46,9% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 45 responden atau 45,9% mengatakan sangat setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 7 orang atau 7,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat mampu meyakinkan pelanggannya. Berdasarkan pengalaman dari peneliti karyawan dari Fore coffee memiliki empati kepada keluhan pelanggan.

4.4.4 Dimensi Responsiveness

Tabel 4.22

Pertanyaan 13 (P13)

Fore coffee mampu mewujudkan permintaan konsumen dalam memberikan pelayanan.

P13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.52
Tidak setuju	1	1.0	1.0	
Setuju	45	45.9	45.9	
Sangat setuju	52	53.1	53.1	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan pada skema yang tertera, bagian terbesar atas responden sangat setuju bahwa Fore coffee mampu mewujudkan permintaan konsumen dalam memberikan. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 52 responden atau 53,1% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 45 responden atau 45,9% menjawab setuju. Responden menjawab tidak setuju berjumlah 1 responden atau 1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat memberikan *request* yang diminta oleh pelanggan dengan baik. Berdasarkan pengalaman dari peneliti bahwa barista Fore coffee benar- benar memperhatikan keinginan yang disampaikan oleh pelanggan.

Tabel 4.23

Pertanyaan 14 (P14)

Karyawan Fore coffee melayani pelanggan dengan cepat.

P14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	3.47
Tidak setuju	2	2.0	2.0	
Setuju	45	45.9	45.9	
Sangat setuju	50	51.0	51.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden sangat setuju bahwa karyawan Fore coffee melayani pelanggan dengan cepat. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 50 responden / 51% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 45 responden atau 45,9% menjawab setuju. Responden yang mengatakan tidak setuju sejumlah 2 orang / 2%, lalu yang mengatakan sangat tidak setuju sejumlah 1 orang / 1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat melayani *customer*-nya dengan cepat.

Tabel 4.24

Pertanyaan 15 (P15)

Karyawan Fore coffee melayani pelanggannya dengan tepat.

P15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.50
Tidak setuju	3	3.1	3.1	
Setuju	43	43.9	43.9	
Sangat setuju	52	53.1	53.1	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden sangat setuju bahwa karyawan Fore coffee melayani pelanggannya dengan tepat. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 52 responden atau 53,1% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 43 responden atau 43,9% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 3 responden atau 3%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat melayani pelanggannya dengan tepat. Berdasarkan pengalaman dari peneliti karyawan fore coffee menyediakan produk dengan tepat sesuai dengan apa yang mereka janjikan.

Tabel 4.25

Pertanyaan 16 (P16)

Karyawan Fore coffee tepat waktu dalam melakukan proses pelayanan.

P16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.52
Tidak setuju	3	3.1	3.1	
Setuju	41	41.8	41.8	
Sangat setuju	54	55.1	55.1	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden sangat setuju bahwa karyawan Fore coffee tepat waktu dalam melakukan proses pelayanan. Responden yang mengatakan sangat setuju sejumlah 54 responden atau 55,1% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 41 responden atau 41,8% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 3 responden atau 3,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat menyiapkan pesanan dengan cepat dan tepat. Berdasarkan pengalaman dari peneliti karyawan fore coffee menyediakan produk dengan cepat dan sesuai dengan apa yang mereka janjikan.

Tabel 4.26

Pertanyaan 17 (P17)

Fore coffee siap menerima keluhan dari konsumen.

P17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	3.48
	Tidak setuju	2	2.0	2.0	
	Setuju	44	44.9	44.9	
	Sangat setuju	51	52.0	52.0	
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden sangat setuju bahwa Fore coffee siap menerima keluhan dari konsumen. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 51 responden atau 52% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 44 responden / 44,9% mengatakan setuju. Responden yang mengatakan tidak setuju sejumlah 2 responden atau 2%. Responden mengatakan sangat tidak setuju sejumlah 1 responden atau 1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat menerima kritik dan saran dari *customer*-nya. Berdasarkan pengalaman dari peneliti barista Fore coffee sering bertanya kepada para pelanggan mereka apakah ada yang masih kurang dan jika masih ada yang kurang pihak Fore akan memperbaiki kekurangan tersebut.

4.4.5 Dimensi Assurance

Tabel 4.27

Pertanyaan 18 (P18)

Karyawan dapat dipercaya.

P18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	3.41
	Tidak setuju	6	6.1	6.1	
	Setuju	43	43.9	43.9	
	Sangat setuju	48	49.0	49.0	
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema tertera, bagian terbesar dari responden mengatakan sangat setuju dengan penampilan karyawan dapat dipercaya. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 48 responden atau 49% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 43 responden atau 43,9% menjawab setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 6 responden atau 6%. Responden mengatakan sangat tidak setuju sejumlah 1 responden atau 1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista Fore coffee dapat dipercaya. Berdasarkan pengalaman dari peneliti barista dari Fore coffee dapat meyakinkan produk baru yang mereka punya kepada pelanggan.

Tabel 4.28

Pertanyaan 19 (P19)

Fore coffee memiliki tempat yang aman.

P19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid	Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.53
	Tidak setuju	3	3.1	3.1	
	Setuju	40	40.8	40.8	
	Sangat setuju	55	56.1	56.1	
	Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema tertera, bagian terbesar dari responden sangat setuju dengan Fore coffee mempunyai tempat yang aman. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 55 responden atau 56,1% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 40 responden atau 40,8% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 3 orang atau 3,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat memberikan tempat yang cukup aman. Berdasarkan pengalaman dari peneliti karena Fore coffee terdapat di dalam mall maka keamanannya terjamin.

Tabel 4.29

Pertanyaan 20 (P20)

Pelanggan merasa aman dalam melakukan pembelian produk.

P20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.56
Tidak setuju	2	2.0	2.0	
Setuju	39	39.8	39.8	
Sangat setuju	57	58.2	58.2	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, bagian terbesar dari responden sangat setuju pelanggan merasa aman dalam melakukan pembelian produk. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 57 responden atau 58,2% atas total responden. Selanjutnya se 39 responden atau 39,8% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 2 orang atau 2%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat memberikan produk dengan kualitas yang terpercaya. Berdasarkan pengalaman dari peneliti karena Fore coffee terdapat di dalam mall maka keamanannya terjamin.

Tabel 4.30

Pertanyaan 21 (P21)

Karyawan di Fore coffee konsisten dalam memberikan pelayanan yang baik.

P21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.46
Tidak setuju	5	5.1	5.1	
Setuju	43	43.9	43.9	
Sangat setuju	50	51.0	51.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan pada skema yang tertera, bagian terbesar dari responden mengatakan sangat setuju dengan karyawan di Fore coffee konsisten dalam memberikan pelayanan yang baik. Responden yang mengatakan sangat setuju sejumlah 50 responden atau 51% atas total responden. Lalu sejumlah 43 responden atau 46,3% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 5 orang atau 5,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista pada Fore coffee mampu memberi pelayanan yang baik. Berdasarkan pengalaman dari peneliti barista Fore coffee selalu melayani dengan murah senyum dan Bahasa tubuh yang baik.

4.5 Analisis Variabel Y

4.5.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

Tabel 4.31

Pertanyaan 22 (P22)

Anda akan tetap memilih Fore coffee dibandingkan dengan para kompetitornya.

P22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	3.32
Tidak setuju	7	7.1	7.1	
Setuju	50	51.0	51.0	
Sangat setuju	40	40.8	40.8	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden setuju akan tetap memilih Fore coffee dibandingkan dengan para kompetitornya. Responden yang mengatakan setuju sejumlah 50 responden atau 51% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 40 responden atau 40,8% mengatakan sangat setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 7 responden atau 7,1%. Responden mengatakan sangat tidak setuju sejumlah 1 orang / 1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat memberikan kualitas produk yang baik. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat memberikan produk dengan kualitas yang baik. Menurut peneliti, rasa dari kopi yang disediakan Fore coffee sesuai atau pas dengan selera.

4.5.2 Dimensi Minat Pembelian Ulang

Tabel 4.32

Pertanyaan 23 (P23)

Anda bersedia untuk datang kembali ke Fore coffee tanpa melihat harga dari kompetitor.

P23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.41
Tidak setuju	5	5.1	5.1	
Setuju	48	49.0	49.0	
Sangat setuju	45	45.9	45.9	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden setuju bersedia untuk datang kembali ke Fore coffee tanpa melihat harga dari kompetitor. Responden yang mengatakan setuju sejumlah 48 responden atau 49% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 45 responden atau 45,9% mengatakan sangat setuju. Responden mengatakan tidak setuju berjumlah 5 orang atau 5,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat memberikan produk dengan kualitas yang baik. Menurut peneliti, selama rasa dan pelayanan yang diberikan tidak berubah maka pelanggan akan datang Kembali tanpa melihat harga dari kompetitor.

Tabel 4.33

Pertanyaan 24 (P24)

Anda bersedia membayar lebih untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik di Fore coffee.

P24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.32
Tidak setuju	11	11.2	11.2	
Setuju	45	45.9	45.9	
Sangat setuju	42	42.9	42.9	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, bagian terbesar atas responden setuju bersedia memberikan biaya tambahan buat mendapatkan pelayanan yang lebih baik di Fore coffee. Responden yang mengatakan setuju sejumlah 45 responden atau 45,9% atas total responden. Selanjutnya sebanyak 42 responden / 42,9% mengatakan sangat setuju. Responden mengatakan tidak setuju berjumlah 11 orang atau 11,2%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat memberikan kualitas produk yang baik serta fasilitas yang nyaman. Menurut peneliti, bersedia karena rasa yang diberikan oleh Fore coffee.

4.5.3 Dimensi Kesiediaan Untuk Merekomendasi

Tabel 4.34

Pertanyaan 25 (P25)

Anda bersedia untuk merekomendasikan Fore coffee kepada teman - teman anda.

P25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.49
Tidak setuju	2	2.0	2.0	
Setuju	46	46.9	46.9	
Sangat setuju	50	51.0	51.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden sangat setuju bersedia untuk merekomendasikan Fore coffee kepada teman - teman anda. Responden menjawab sangat setuju sejumlah 50 responden / 51% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 46 responden / 46,9% menjawab setuju. Responden mengatakan tidak setuju berjumlah 2 orang atau 2%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat memberikan kualitas produk yang baik dan fasilitas yang nyaman. Menurut peneliti, bersedia karena rasa dan pelayanan yang diberikan oleh Fore coffee memuaskan.

4.5.4 Dimensi Kesesuaian Harapan

Tabel 4.35

Pertanyaan 26 (P26)

Produk yang diberikan oleh Fore coffee sudah memenuhi harapan.

P26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.47
Tidak setuju	4	4.1	4.1	
Setuju	44	44.9	44.9	
Sangat setuju	50	51.0	51.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada tabel skema tertera, bagian terbesar atas responden mengatakan sangat setuju dengan produk yang di berikan oleh Fore coffee sudah memenuhi harapan. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 50 responden / 51% atas total responden. Lalu sejumlah 44 responden / 44,9% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 4 orang atau 4,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat memberikan produk dengan rasa yang enak. Menurut peneliti, iya karena rasa dan pelayanan yang diberikan memuaskan.

Tabel 4.36

Pertanyaan 27 (P27)

Kualitas pelayanan dari karyawan Fore coffee sudah memenuhi harapan.

P27

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.51
Tidak setuju	2	2.0	2.0	
Setuju	44	44.9	44.9	
Sangat setuju	52	53.1	53.1	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema tertera, bagian terbesar dari responden mengatakan sangat setuju dengan kualitas pelayanan karyawan Fore coffee sudah memenuhi harapan. Responden menjawab sangat setuju sejumlah 52 responden / 53,1% dari total responden. Selanjutnya sebanyak 44 responden atau 44,9% menjawab setuju. Responden menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang / 2%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan setiap barista pada Fore coffee dapat melayani dengan baik. Menurut peneliti, pelayanan yang diberikan oleh barista Fore coffee memuaskan.

4.5.5 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.37

Pertanyaan 28 (P28)

Anda puas dengan produk (menu) yang disediakan oleh Fore coffee.

P28

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.49
Tidak setuju	3	3.1	3.1	
Setuju	44	44.9	44.9	
Sangat setuju	51	52.0	52.0	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Seperti yang terlihat pada skema diatas, sebagian besar dari responden sangat puas dengan produk (menu) yang disediakan oleh Fore coffee. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 51 responden / 52% atas total responden. Selanjutnya sejumlah 44 responden / 44,9% menjawab setuju. Responden mengatakan tidak setuju sejumlah 3 orang atau 3,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat menyediakan produk yang cukup bervariasi. Menurut peneliti, puas karena citra rasa dari produk yang diberikan memuaskan.

Tabel 4.38

Pertanyaan 29 (P29)

Anda puas dengan layanan yang diberikan karyawan Fore coffee.

P29

	Frequency	Percent	Valid Percent	Mean
Valid Sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	3.54
Tidak setuju	3	3.1	3.1	
Setuju	44	44.9	44.9	
Sangat setuju	56	57.1	57.1	
Total	98	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan pada skema yang tertera, sebagian besar atas responden mengatakan sangat puas bahwa layanan dari karyawan Fore coffee. Responden mengatakan sangat setuju sejumlah 56 responden atau 57,1% dari total responden. Selanjutnya sejumlah 39 responden atau 39,8% mengatakan setuju. Responden mengatakan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,1%. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang menjawab setuju dikarenakan Fore coffee dapat memberikan pelayanan dengan baik. Menurut peneliti, pelayanan yang diberikan cukup memuaskan dengan karyawan yang ramah.

4.6 Rata – Rata Tanggapan Responden Variabel X dan Variabel Y

Dibawah merupakan skema rata–rata jawaban responden mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan:

Tabel 4.39 Rata -Rata Tanggapan Responden

Variabel	Rata - rata	Keterangan
Kualitas Pelayanan		
Tangibles	3.51	Setuju
Emphaty	3.50	Setuju
Reliability	3.42	Setuju
Resposiveness	3.49	Setuju
Assurance	3.49	Setuju
Rata – rata total	3.48	Setuju
Kepuasan Pelanggan		
Kepuasan pelanggan keseluruhan	3.32	Setuju
Minat pembelian ulang	3.36	Setuju
Kesediaan untuk merekomendasi kan	3.49	Setuju
Kesesuaian harapan	3.49	Setuju
Dimensi Kepuasan pelanggan	3.51	Setuju
Rata – rata total	3.43	Setuju

Seperti yang terlihat pada skema diatas, hasil dari rata-rata total kualitas pelayanan sejumlah **3.48** bisa disimpulkan bahwa responden setuju dengan adanya kualitas pelayanan yang baik pada Fore coffee di Mall Taman Anggrek sedangkan hasil rata-rata total dari kepuasan pelanggan sejumlah **3.43** bisa disimpulkan bahwa responden merasa puas dengan pelayanan yang di berikan Fore coffee di Mall Taman Anggrek.

4.7 Analisis Data

4.7.1 Analisis Regresi

Tabel 4.40

Uji Anova

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	850.810	1	850.810	173.958	.000 ^b
	Residual	469.527	96	4.891		
	Total	1320.337	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Primer, 2020

Skema tertera menunjukkan bahwa angka perbedaan untuk variabel independen adalah 0,000. Apabila nilai perbedaan $< 0,05$ berarti H_0 ditolak. Namun, bilamana angka perbedaan $> 0,05$ artinya H_0 di terima.

Sebab angka perbedaan 0,000 atau $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
Kesimpulan: terdapat pengaruh antara Kualitas layanan dan Kepuasan Pelanggan.

Tabel 4.41
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.644	.641	2.212

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Primer, 2020

Menurut skema diatas tertera angka *R Square* atas analisis regresi 0,644. Ini memperlihatkan bahwa variabel Y dapat diterangkan dengan variabel X senilai 64,4%. Sedangkan 35,6% bisa disebabkan oleh pengaruh faktor eksternal lainnya.

Tabel 4.42
Uji Coefficients
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.808	1.964		.921	.359
	Kualitas Pelayanan	.351	.027	.803	13.189	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer, 2020

Persamaan regresi linear sederhana yang menunjukkan besarnya pengaruh X terhadap Y adalah $Y = 1.808 + 0.351 X$. Artinya: Nilai konstanta (a) adalah 1.808, berarti bila Kualitas Pelayanan bernilai 0, maka Kepuasan Pelanggan mempunyai angka sebesar 1.808. Angka koefisien regresi dari variabel Kepuasan Pelanggan (b) yaitu 0.351. Bisa disimpulkan setiap peningkatan Kualitas Pelayanan (variabel X) sebesar satu unit, akan menambah angka Kepuasan Pelanggan (variabel Y) sebesar 0.351 unit.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian yang dikerjakan dengan memakai program SPSS menunjukkan nilai *R Square* dari analisis regresi yang dilakukan adalah 0,644. Oleh karena itu keadaan ini memperlihatkan *variable Y* (Kepuasan Pelanggan) bisa ditunjukkan dengan variabel *X* (Kualitas Pelayanan) dengan nilai sebesar 64,4%. Sedangkan yang 35,6% bisa disebabkan pengaruh faktor eksternal lainnya.

Nilai perbedaan untuk *variable* independen adalah sebanyak 0,000. Apabila angka perbedaan $< 0,05$ berarti H_0 tidak diterima. Sebaliknya, bila nilai perbedaan $> 0,05$ maka H_0 diterima. Karena nilai perbedaan sebesar 0,000 atau $< 0,05$ maka H_0 tidak di terima dan H_a di terima. Jadi kesimpulannya adalah: Adanya dampak antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

Persamaan regresi linear sederhana yang memperlihatkan dominannya pengaruh *X* terhadap *Y* adalah $Y = 1.808 + 0.351 X$. Definisi dari persamaan regresi tersebut adalah: Nilai konstanta (*a*) adalah 1.808, artinya bila Kualitas Pelayanan mempunyai nilai 0, maka Kepuasan Pelanggan bernilai: 1.808. Angka dari koefisien regresi atas *variable* Kepuasan Pelanggan (*b*) yaitu 0.351. Disini bisa dikatakan setiap peningkatan Kualitas Pelayanan (*variable X*) yaitu sebesar satu unit, bisa menaikkan angka Kepuasan Pelanggan (*variable Y*) yaitu sebesar 0.351 unit. Dengan demikian, kualitas layanan mempunyai pengaruh dengan kepuasan pelanggan Fore Coffee Mall Taman Anggrek.