

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum**

###### **a. Profil Singkat Halona Coffee Rantauprapat**

Halona Coffee Rantauprapat merupakan sebuah usaha milik pribadi yang berdiri pada tanggal 24 Desember 2022. Kafe Halona Coffee Rantauprapat terletak di Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 107, Kartini, Kecamatan Rantau Utara, Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara 21411. Usaha bisnis tersebut sudah berjalan selama 2 tahun lamanya. Kafe ini dikenal karena menyajikan berbagai varian kopi dan menu lainnya yang menarik bagi pelanggan. Sejak awal berdirinya, Halona Coffee hadir dengan konsep modern dan cozy, menjadikannya tempat yang cocok untuk anak muda, pekerja, hingga keluarga yang ingin bersantai sambil menikmati kopi berkualitas.

Seperti yang kita ketahui bahwa Halona Coffee Rantauprapat sudah banyak diminati pelanggan, namun hal tersebut tidak memberikan pengaruh yang negatif terhadap usaha bisnis tersebut, karena telah terbukti sampai saat ini bahwa kafe Halona Coffee Rantauprapat masih tetap eksis dan selalu ramai pengunjung.

###### **b. Standar Operasional Prosedur (SOP) di Halona Coffee Rantauprapat**

Dibawah ini akan disajikan beberapa prosedur yang diterapkan baik pada café Halona Coffee Rantauprapat yaitu sebagai berikut :

➤ Untuk waiters/pelayan :

1. Senyum, ramah dan sopan.

2. Mempersilakan pelanggan untuk masuk.
3. Mengucapkan salam.
4. Mencarikan pelanggan tempat duduk.
5. Menawarkan menu dan menyakinkan pelanggan akan menu tersebut.
6. Mencatat pilihan menu dari pelanggan dengan jelas.
7. Membacakan Kembali pesanan pelanggan agar tidak terjadi kesalahan dalam orderan.
8. Mengontrol pesanan dari meja ke meja.
9. Menawarkan menu tambahan kepada pelanggan.

➤ Untuk kasir :

1. Mengecek menu tambahan pelanggan sebelum melakukan transaksi pembayaran.
2. Membaca Kembali pesanan pelanggan sebelum melakukan transaksi pembayaran.
3. Mengucapkan terimakasih dan menawarkan untuk mengajak pelanggan datang kembali.

**c. Visi dan Misi Halona Coffee Rantauprapat**

1. Visi Halona Coffee Rantauprapat

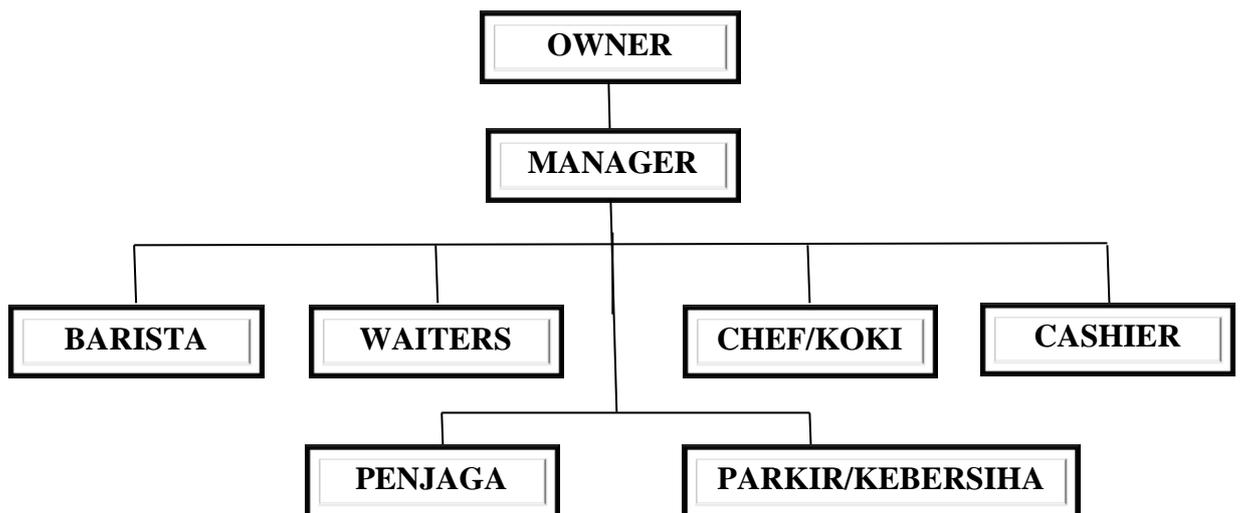
Menjadi café pilihan utama masyarakat Rantauprapat yang menyajikan pengalaman ngopi terbaik dengan cita rasa berkualitas, pelayanan ramah, dan suasana nyaman

2. Misi Halona Coffee Rantauprapat

- a. Menyajikan minuman dan makanan berkualitas tinggi dengan bahan baku terbaik.
- b. Memberikan pelayanan yang profesional, ramah, dan cepat kepada setiap pelanggan.
- c. Menciptakan suasana café yang nyaman, estetik, dan cocok untuk berbagai aktivitas seperti nongkrong, bekerja, atau belajar.
- d. Meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan rutin dan pengembangan karyawan.
- e. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan komunitas lokal melalui layanan yang konsisten dan inovatif.

**d Struktur organisasi**

Struktur organisasi Halona Coffee Rantauprapat dapat dilihat dengan jelas seperti gambar di bawah ini:



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**  
**Halona Coffee Rantauprapat**

### **e Tugas dan Tanggung jawab Halona Coffee Rantauprapat**

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing urutan dalam struktur organisasi diatas adalah sebagai berikut :

#### 1. *Owner* (pemilik usaha)

Owner atau pemilik usaha café Halona Coffee Rantauprapat merupakan pihak yang memiliki tanggung jawab penuh atas kepemilikan dan arah perkembangan bisnis Halona Coffee Rantauprapat. Owner berperan sebagai pengambil keputusan utama dalam aspek strategi dan finansial café. Meskipun tidak terlibat langsung dalam kegiatan operasional harian, owner tetap memantau dan mengevaluasi kinerja seluruh tim serta menentukan kebijakan bisnis jangka Panjang.

#### **Tugas dan Tanggung jawab :**

- Menyediakan modal dan investasi untuk keberlangsungan usaha.
- Menentukan visi, misi dan arah pengembangan usaha.
- Membangun relasi dengan mitra, supplier, dan pihak eksternal lainnya.
- Menilai dan mengevaluasi laporan keuangan serta operasional dari manajer.
- Memberikan keputusan akhir dalam perekrutan karyawan strategis atau pengembangan cabang baru.

#### 2. *Manager* (Manajer Operasional)

Manager adalah sosok yang memegang kendali terhadap operasional harian café. Manager menjadi penghubung antara owner dengan seluruh karyawan

dan memiliki wewenang untuk mengatur jalannya usaha secara teknis dan administratif. Manajer memastikan bahwa seluruh proses layanan, kualitas produk, dan suasana tempat dapat memenuhi standar yang telah ditentukan.

Tugas dan Tanggung jawab :

- Membuat dan mengatur jadwal kerja karyawan agar operasional berjalan efektif.
- Mengawasi jalannya pelayanan dan memastikan kepuasan pelanggan tetap terjaga.
- Menangani keluhan pelanggan dengan profesional.
- Memantau stok bahan baku, logistik, dan kebutuhan harian café.
- Melaporkan hasil kerja dan kondisi usaha secara berkala kepada owner.

### 3. Barista

Barista merupakan karyawan yang bertugas untuk meracik dan menyajikan minuman kepada pelanggan, terutama kopi. Barista tidak hanya dituntut untuk memiliki keterampilan teknis dalam pembuatan kopi, tetapi juga kemampuan komunikasi yang baik karena sering berinteraksi langsung dengan pelanggan.

**Tugas dan Tanggung Jawab :**

- Mengolah dan menyajikan minuman kopi dan non-kopi sesuai standar resep yang berlaku.
- Menjaga kebersihan dan kerapian area bar serta peralatan kopi.
- Memastikan ketersediaan bahan baku untuk minuman setiap hari.

- Memberikan rekomendasi menu kepada pelanggan jika diperlukan.
- Menjaga kualitas rasa dan estetika tampilan minuman yang disajikan.

#### 4. *Chef* (Juru Masak)

Chef ataupun juru masa bertanggung jawab atas pengolahan dan penyajian seluruh makanan yang tersedia di Halona coffee Rantauprapat. Seorang chef harus memahami teknik memasak yang baik serta mampu menjaga konsistensi rasa dan kualitas makanan. Chef juga memiliki peran penting dalam menjaga kebersihan dapur dan pengelolaan bahan makanan agar tidak terjadi pemborosan.

#### **Tugas dan Tanggung Jawab :**

- Menyiapkan dan mengolah makanan sesuai dengan pesanan pelanggan dan standar rasa.
- Mengatur stok dan inventaris bahan makanan.
- Menjaga kebersihan area dapur dan alat-alat masak.
- Bekerja sama dengan barista dan waiters dalam menyajikan makanan secara tepat waktu.
- Menciptakan ide menu baru sesuai tren atau permintaan pelanggan.

#### 5. *Waiters* (Pelayan)

Waiters merupakan karyawan yang bertugas langsung melayani pelanggan selama berada di café. Mulai dari menyambut, mencatat pesanan, hingga menyajikan makanan dan minuman ke meja pelanggan. Peran waiters sangat penting karena menjadi ujung tombak dalam menciptakan Kesan pelayanan yang baik bagi pelanggan.

**Tugas dan Tanggung Jawab :**

- Menyambut pelanggan dengan ramah dan sopan.
- Memberikan informasi atau rekomendasi menu kepada pelanggan.
- Mencatat dan menyampaikan pesanan kepada bagian dapur dan barista.
- Menyajikan makanan dan minuman dengan sigap dan sopan.
- Membersihkan meja dan area makan setelah pelanggan selesai.

## 6. Kasir

Kasir merupakan karyawan yang bertugas menangani seluruh transaksi pembayaran dari pelanggan kasir harus teliti, jujur, dan ramah karena bertanggung jawab langsung terhadap keuangan harian café.

**Tugas dan Tanggung Jawab :**

- Melayani proses pembayaran pelanggan baik secara tunai maupun digital (QRIS, debit, dan lain-lain).
- Memberikan struk atau bukti transaksi kepada pelanggan.
- Mencatat seluruh transaksi dan membuat laporan pemasukan harian.
- Menjaga keamanan dan ketelitian dalam pengelolaan uang kas.
- Melakukan perhitungan akhir pemasukan harian dan melaporkannya ke manajer.

## 7. Penjaga Malam

Penjaga malam bertugas menjaga keamanan café di luar jam operasional. Meskipun bekerja dibalik layar, peran ini sangat vital untuk memastikan aset

café tetap aman dan tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan selama café tutup.

**Tugas dan Tanggung Jawab :**

- Melakukan patroli rutin di sekitar café pada malam hari.
- Memastikan pintu, jendela, dan akses lainnya tertutup rapat dan terkunci.
- Mengawasi lingkungan sekitar dari aktivitas mencurigakan.
- Melaporkan kejadian atau hal yang mencurigakan kepada pihak manajer atau owner.
- Menjaga ketertiban dan keamanan lingkungan café hingga waktu operasional Kembali buka.

8. Petugas parkir dan kebersihan

Petugas ini memiliki peran ganda, yaitu membantu pelanggan saat parkir serta menjaga kebersihan café. Peran ini sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap kenyamanan dan Kesan pertama pelanggan terhadap tempat.

**Tugas dan Tanggung Jawab :**

- Mengarahkan dan membantu pelanggan dalam proses parkir kendaraan.
- Menjaga keamanan kendaraan pelanggan selama berada di area café.
- Menyapu dan mengepel area dalam dan luar café secara rutin.
- Mengelola sampah dan menjaga sanitasi seluruh area café, termasuk toilet dan halaman luar.

- Siap merespons jika ada kebutuhan kebersihan mendesak selama operasional berlangsung.

## 2. Hasil Deskriptif Responden

### a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	39	39,8%
Perempuan	59	60,2%
Total	98	100%

*Sumber : Hasil Penelitian (2025)*

Dilihat dari data diatas dapat disimpulkan bahwa diperoleh 39 responden dengan gender laki-laki memiliki proporsi 39,8% dan diperoleh 59 responden dengan gender Perempuan memiliki proporsi 60,2%.

### b. Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
16-20 Tahun	19	19,4%
21-25 Tahun	67	68,4%
26-30 Tahun	8	8,2%
30 Tahun keatas	4	4,1%
Total	98	100%

*Sumber : Hasil Penelitian (2025)*

Dilihat dari data tabel diatas dapat kita ketahui bahwa jumlah responden yang berusia 16-20 tahun ada 19 responden dengan proporsi 19,4%, kemudian

responden dengan usia 21-25 tahun ada 67 responden memiliki proporsi 68,4%, responden dengan usia 26-30 tahun ada 8 responden memiliki proporsi 8,2% dan terakhir yang berusia 30 tahun keatas ada 4 responden dengan proporsi 4,1%.

**c. Responden Berdasarkan Pekerja**

Berdasarkan usia, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan status pekerja**

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	77	78,6%
Pegawai Swasta	7	7,1%
Pegawai Negeri Sipil	4	4,1%
Lain-lain	10	10,2%
Total	98	100%

*Sumber : Hasil Penelitian (2025)*

Dilihat dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa narasumber/responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa ada 77 responden dengan proporsi 78,6%, narasumber/responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta ada 7 responden dengan proporsi 7,1%, narasumber/responden yang berprofesi pegawai negeri sipil ada 4 responden dengan proporsi 4,1% dan jumlah narasumber/responden yang bekerja dengan keterangan lain-lain ada 10 responden dengan proporsi 10,2%.

**3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

**a. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Adapun jawaban dari responden penelitian untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Frekuensi Jawaban Responden Untuk Kualitas Pelayanan (X1)**

Pernyataan	Jawaban Responden											
	SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%
P1	48	49,0	32	32,7	18	18,4	0	0,0	0	0,0	98	100
P2	31	31,6	50	51,0	17	17,3	0	0,0	0	0,0	98	100
P3	34	34,7	47	48,0	16	16,3	1	1,0	0	0,0	98	100
P4	54	55,1	38	38,8	5	5,1	1	1,0	0	0,0	98	100
P5	47	48,0	40	40,8	10	10,2	1	1,0	0	0,0	98	100

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)*

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan nomor 1, hasilnya sebanyak 48 orang (49,0 %) menyatakan sangat setuju, 32 orang (32,7 %) menyatakan setuju dan 18 orang (18,4 %) menyatakan cukup setuju.
2. Pernyataan nomor 2, hasilnya sebanyak 31 orang (31,6 %) menyatakan sangat setuju, 50 orang (51,0 %) menyatakan setuju dan 17 orang (17,3 %) menyatakan cukup setuju.
3. Pernyataan nomor 3, hasilnya sebanyak 34 orang (34,7 %) menyatakan sangat setuju, 47 orang (48,0 %) menyatakan setuju, 16 orang (16,3 %) menyatakan cukup setuju dan 1 orang (1,0 %) menyatakan tidak setuju.
4. Pernyataan nomor 4, hasilnya sebanyak 54 orang (55,1 %) menyatakan sangat setuju, 38 orang (38,8 %) menyatakan setuju, 5 orang (5,1 %) menyatakan cukup setuju dan 1 orang (1,0 %) menyatakan tidak setuju.

5. Pernyataan nomor 5, hasilnya sebanyak 47 orang (48,0 %) menyatakan sangat setuju, 40 orang (40,8 %) menyatakan setuju, 10 orang (10,2 %) menyatakan cukup setuju dan 1 orang (1,0 %) menyatakan tidak setuju.

**b. Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2)**

Adapun jawaban dari responden penelitian untuk variabel Harga (X2) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Frekuensi Jawaban Responden Untuk Harga (X2)**

Pernyataan	Jawaban Responden											
	SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%
P1	34	34,7	42	42,9	20	20,4	2	2,0	0	0,0	98	100
P2	38	38,8	39	39,8	19	19,4	2	2,0	0	0,0	98	100
P3	38	38,8	41	41,8	16	16,3	3	3,1	0	0,0	98	100
P4	38	38,8	43	43,9	13	13,3	4	4,1	0	0,0	98	100
P5	44	44,9	40	40,8	10	10,2	4	4,1	0	0,0	98	100

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)*

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan nomor 1, hasilnya sebanyak 34 orang (34,7 %) menyatakan sangat setuju, 42 orang (42,9 %) menyatakan setuju, 20 orang (20,4 %) menyatakan cukup setuju dan 2 orang (2,0 %) menyatakan tidak setuju.
2. Pernyataan nomor 2, hasilnya sebanyak 38 orang (38,8 %) menyatakan sangat setuju, 39 orang (39,8 %) menyatakan setuju dan 19 orang (19,4 %) menyatakan cukup setuju dan 2 orang (2,0 %) menyatakan tidak setuju.

3. Pernyataan nomor 3, hasilnya sebanyak 38 orang (38,8 %) menyatakan sangat setuju, 41 orang (41,8 %) menyatakan setuju, 16 orang (16,3 %) menyatakan cukup setuju dan 3 orang (3,1 %) menyatakan tidak setuju.
4. Pernyataan nomor 4, hasilnya sebanyak 38 orang (38,8 %) menyatakan sangat setuju, 43 orang (43,9 %) menyatakan setuju, 13 orang (13,3 %) menyatakan cukup setuju dan 4 orang (4,1 %) menyatakan tidak setuju.
5. Pernyataan nomor 5, hasilnya sebanyak 44 orang (44,9 %) menyatakan sangat setuju, 40 orang (40,8 %) menyatakan setuju, 10 orang (10,2 %) menyatakan cukup setuju dan 4 orang (4,1 %) menyatakan tidak setuju.

**c. Analisis Deskriptif Variabel Tempat (X3)**

Adapun jawaban dari responden penelitian untuk variabel Tempat (X3) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.6**  
**Frekuensi Jawaban Responden Untuk Tempat (X3)**

Pernyataan	Jawaban Responden											
	SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%
P1	24	24,5	58	59,2	15	15,3	1	1,0	0	0,0	98	100
P2	34	34,7	59	60,2	5	5,1	0	0,0	0	0,0	98	100
P3	42	42,9	44	44,9	12	12,2	0	0,0	0	0,0	98	100
P4	34	34,7	55	56,1	8	8,2	1	1,0	0	0,0	98	100
P5	15	15,3	63	64,3	18	18,4	1	1,0	1	1,0	98	100

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)*

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan nomor 1, hasilnya sebanyak 24 orang (24,5 %) menyatakan sangat setuju, 58 orang (59,2 %) menyatakan setuju, 15 orang (15,3 %) menyatakan cukup setuju dan 1 orang (1,0 %) menyatakan tidak setuju.
2. Pernyataan nomor 2, hasilnya sebanyak 34 orang (34,7 %) menyatakan sangat setuju, 59 orang (60,2 %) menyatakan setuju dan 5 orang (5,1 %) menyatakan cukup setuju.
3. Pernyataan nomor 3, hasilnya sebanyak 42 orang (42,9 %) menyatakan sangat setuju, 44 orang (44,9 %) menyatakan setuju dan 12 orang (12,2 %) menyatakan cukup setuju.
4. Pernyataan nomor 4, hasilnya sebanyak 34 orang (34,7 %) menyatakan sangat setuju, 55 orang (56,1 %) menyatakan setuju, 8 orang (8,2 %) menyatakan cukup setuju dan 1 orang (1,0 %) menyatakan tidak setuju.
5. Pernyataan nomor 5, hasilnya sebanyak 15 orang (15,3 %) menyatakan sangat setuju, 63 orang (64,3 %) menyatakan setuju, 18 orang (18,4 %) menyatakan cukup setuju, 1 orang (1,0) menyatakan tidak setuju dan 1 orang (1,0) menyatakan sangat tidak setuju.

**d. Analisis Deskriptif Variabel Cita Rasa (X4)**

Adapun jawaban dari responden penelitian untuk variabel Cita Rasa (X4) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.7**  
**Frekuensi Jawaban Responden Untuk Cita Rasa (X4)**

Pernyataan	Jawaban Responden											
	SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%
P1	46	46,9	36	36,7	14	14,3	2	2,0	0	0,0	98	100
P2	50	51,0	29	29,6	17	17,3	2	2,0	0	0,0	98	100
P3	44	44,9	34	34,7	18	18,4	2	2,0	0	0,0	98	100
P4	51	52,0	40	40,8	4	4,1	3	3,1	0	0,0	98	100
P5	57	58,2	32	32,7	6	6,1	3	3,1	0	0,0	98	100

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)*

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan nomor 1, hasilnya sebanyak 46 orang (46,9 %) menyatakan sangat setuju, 36 orang (36,7 %) menyatakan setuju, 14 orang (14,3 %) menyatakan cukup setuju dan 2 orang (2,0 %) menyatakan tidak setuju.
2. Pernyataan nomor 2, hasilnya sebanyak 50 orang (51,0 %) menyatakan sangat setuju, 29 orang (29,6 %) menyatakan setuju, 17 orang (17,3 %) menyatakan cukup setuju dan 2 orang (2,0 %) menyatakan tidak setuju.
3. Pernyataan nomor 3, hasilnya sebanyak 44 orang (44,9 %) menyatakan sangat setuju, 34 orang (34,7 %) menyatakan setuju, 18 orang (18,4 %) menyatakan cukup setuju dan 2 orang (2,0 %) menyatakan tidak setuju.
4. Pernyataan nomor 4, hasilnya sebanyak 51 orang (52,0 %) menyatakan sangat setuju, 40 orang (40,8 %) menyatakan setuju, 4 orang (4,1 %) menyatakan cukup setuju dan 3 orang (3,1 %) menyatakan tidak setuju.

5. Pernyataan nomor 5, hasilnya sebanyak 57 orang (58.2 %) menyatakan sangat setuju, 32 orang (32,7 %) menyatakan setuju, 6 orang (6,1 %) menyatakan cukup setuju dan 3 orang (3,1 %) menyatakan tidak setuju.

**e. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Adapun jawaban dari responden penelitian untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Frekuensi Jawaban Responden Untuk Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pernyataan	Jawaban Responden											
	SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%
P1	19	19,4	58	59,2	20	20,4	1	1,0	0	0,0	98	100
P2	9	9,2	75	76,5	13	13,3	1	1,0	0	0,0	98	100
P3	23	23,5	60	61,2	15	15,3	0	0,0	0	0,0	98	100
P4	13	13,3	65	66,3	19	19,4	1	1,0	0	0,0	98	100
P5	16	16,3	61	62,2	20	20,4	1	1,0	0	0,0	98	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)

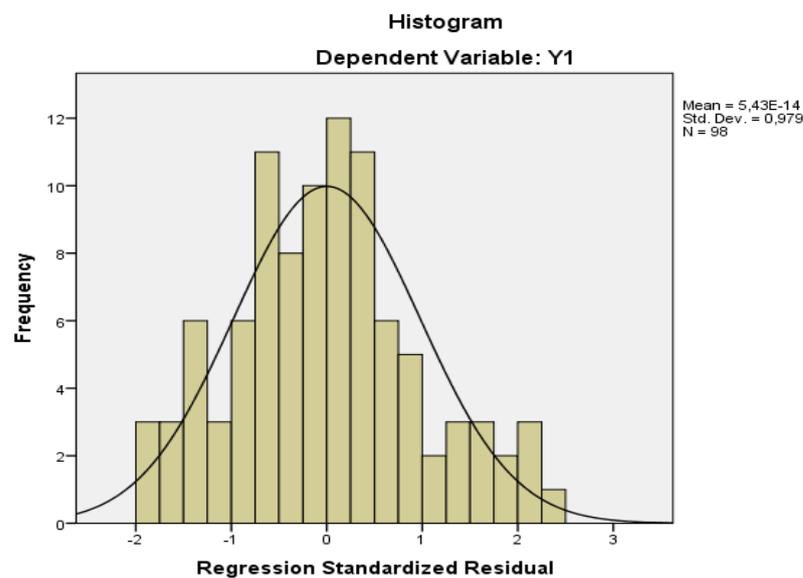
Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan nomor 1, hasilnya sebanyak 19 orang (19,4 %) menyatakan sangat setuju, 58 orang (59,2 %) menyatakan setuju, 20 orang (20,4 %) menyatakan cukup setuju dan 1 orang (1,0 %) menyatakan tidak setuju.
2. Pernyataan nomor 2, hasilnya sebanyak 9 orang (9,2 %) menyatakan sangat setuju, 75 orang (76,5 %) menyatakan setuju, 13 orang (13,3 %) menyatakan cukup setuju dan 1 orang (1,0 %) menyatakan tidak setuju.

3. Pernyataan nomor 3, hasilnya sebanyak 23 orang (23,5 %) menyatakan sangat setuju, 60 orang (61,2 %) menyatakan setuju dan 15 orang (15,3 %) menyatakan cukup setuju.
4. Pernyataan nomor 4, hasilnya sebanyak 13 orang (13,3 %) menyatakan sangat setuju, 65 orang (66,3 %) menyatakan setuju, 19 orang (19,4 %) menyatakan cukup setuju dan 1 orang (1,0 %) menyatakan tidak setuju.
5. Pernyataan nomor 5, hasilnya sebanyak 16 orang (16,3 %) menyatakan sangat setuju, 61 orang (62,2 %) menyatakan setuju, 20 orang (20,4 %) menyatakan cukup setuju dan 1 orang (1,0 %) menyatakan tidak setuju.

#### 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas



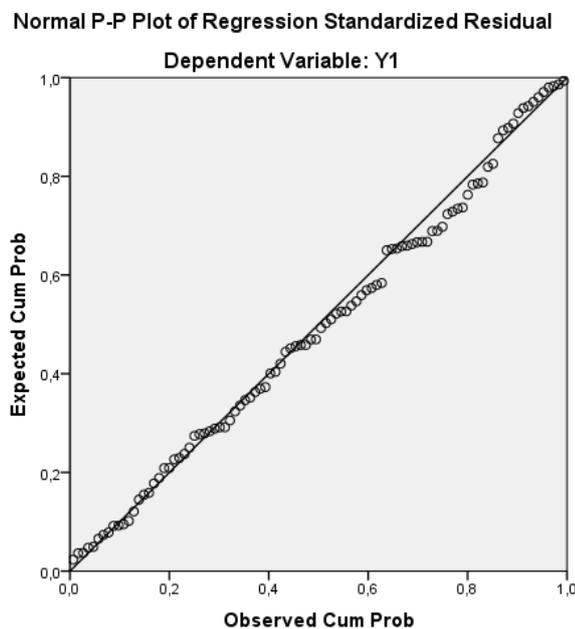
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)

**Gambar 4.2. Histogram**

Uji normalitas untuk mengetahui apakah distribusi data mengikuti atau mendeteksi distribusi normal. Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah

dengan melihat histogram dan grafik normal plot yang membandingkan antara dua absorvasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Pada grafik histogram pada gambar 4.2 terlihat tampilan grafik histogram diatas bahwa variabel bebas dan variabel terikat memiliki data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data tersebut tidak miring ke kiri atau kekanan dan membentuk pola lonceng.



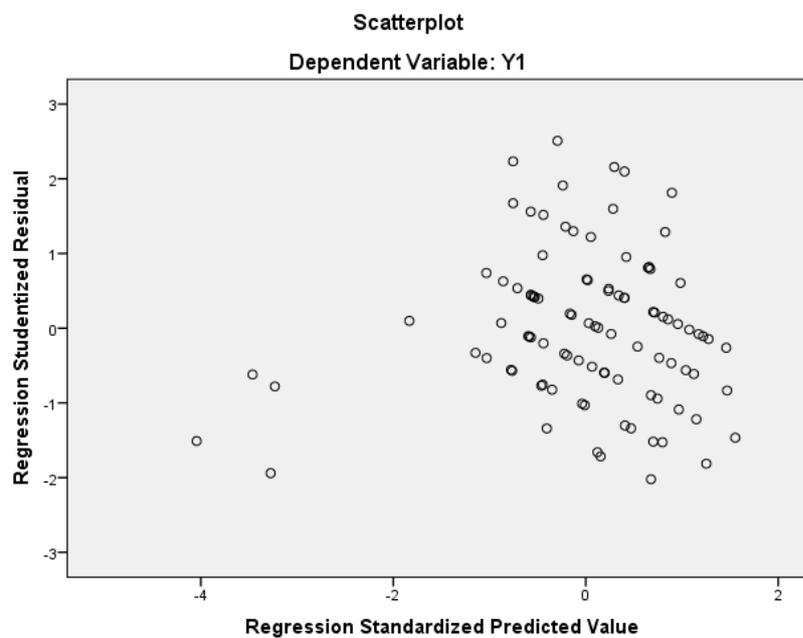
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)  
**Gambar 4.3. Grafik PP Plot Normal**

Pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa pada plot terlihat titik yang mengikuti data di sepanjang garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual peneliti normal.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan menganalisis penyebaran titik-titik yang terdapat pada *scatterplot* yang dihasilkan pada program SPSS dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka terjadilah Heteroskedastisitas, sedangkan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah ) dan Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)

**Gambar 4.4. Grafik PP Scatterplot**

Gambar 4.4 menunjukkan bahwa penyebaran residual cenderung tidak teratur, terdapat titik-titik yang terpancar dan tidak membentuk pola. Kesimpulan yang dapat diperoleh adalah tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan pelanggan berdasarkan masukan variabel kualitas pelayanan, harga, tempat dan cita rasa.

**Tabel 4.9. Hasil Uji Glejser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,054	,064		,845	,400
	Kualitas Pelayanan	,002	,003	,101	,759	,450
	Harga	,002	,003	,091	,669	,505
	Tempat	,002	,003	,090	,807	,422
	Cita Rasa	-,005	,003	-,224	-1,695	,093

a. Dependent Variable: ABS\_RES1

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)

Pada tabel 4.9 menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas, dimana hasil uji signifikan variabel kualitas pelayanan, harga, tempat dan cita rasa menunjukkan lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terdapat adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.

**c. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas pada data dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila  $VIF > 10$  dan  $tolerance < 0,1$  maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas. Apabila  $VIF < 10$  dan  $tolerance > 0,1$  maka tidak terdapat multikolinearitas.

**Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	,582	1,719
	Harga	,558	1,791
	Tempat	,829	1,206
	Cita Rasa	,594	1,683

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui nilai *tolerance* untuk semua variabel > 0,1 dan VIF < 10. Artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas pada masing-masing variabel bebasnya.

### 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Dalam melakukan analisis regresi linier berganda digunakan bantuan aplikasi SPSS versi 23. Hasil pengolahan data ditampilkan seperti pada tabel berikut:

**Tabel 4.11.  
Hasil Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,792	,196		44,946	,000
	Kualitas Pelayanan	,080	,010	,178	8,277	,000
	Harga	,023	,008	,066	3,015	,003
	Tempat	,302	,008	,695	38,484	,000
	Cita Rasa	,118	,008	,309	14,517	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4.11 pada kolom *Unstandardized Coefisients* diperoleh nilai konstanta dan koefisien regresi, sehingga terbentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8,792 + 0,080 + 0,023 + 0,302 + 0,118$$

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta ( $a$ ) = 8,792, ini menunjukkan semua variabel bebas (kualitas pelayanan, harga, tempat dan cita rasa) di anggap konstan atau tidak mengalami perubahan. Konstanta positif artinya terjadi peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 8,792.
2. Koefisien ( $b_1$ ) = 0,080, ini menunjukkan variabel bebas kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,080.
3. Koefisien ( $b_2$ ) = 0,023, ini menunjukkan variabel bebas harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain jika variabel harga ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,023.
4. Koefisien ( $b_3$ ) = 0,302, ini menunjukkan variabel bebas tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain jika variabel tempat ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,302.
5. Koefisien ( $b_4$ ) = 0,118, ini menunjukkan variabel bebas cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain jika

variabel cita rasa ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,118.

## 6. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang adalah uji signifikan parsial (uji t) dan uji signifikan simultan (uji f).

### a. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji tingkat signifikan variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Tempat ( $X_3$ ) dan Cita Rasa ( $X_4$ ) terhadap Variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) secara partial. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Nilai  $t_{hitung}$  di peroleh dari pengolahan SPSS, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  menggunakan nilai distribusi t dengan taraf signifikan 0,05 pada derajat kebebasan  $df = n - k = 98 - 5 = 93$  yaitu 1,6614.

**Tabel 4.12.**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,792	,196		44,946	,000
	Kualitas Pelayanan	,080	,010	,178	8,277	,000
	Harga	,023	,008	,066	3,015	,003
	Tempat	,302	,008	,695	38,484	,000
	Cita Rasa	,118	,008	,309	14,517	,000

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)  
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  (8,277) >  $t_{tabel}$  (1,6614) dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Halona coffee Rantauprapat.
2. Variabel harga ( $X_2$ ) diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  (3,015) >  $t_{tabel}$  (1,6614) dengan taraf signifikan  $0,003 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Halona Coffee Rantauprapat.
3. Variabel tempat ( $X_3$ ) diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  (38,484) >  $t_{tabel}$  (1,6614) dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara parsial tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Halona Coffee Rantauprapat.
4. Variabel cita rasa ( $X_4$ ) diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  (14,517) >  $t_{tabel}$  (1,6614) dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara parsial cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Halona Coffee Rantauprapat.

**b. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)**

Uji simultan (uji F) digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), tempat ( $X_3$ ) dan cita rasa ( $X_4$ ) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Nilai  $F_{hitung}$  di peroleh dari pengolahan SPSS, sedangkan nilai  $F_{tabel}$  menggunakan nilai distribusi F pada derajat

kebebasan ( $df_1 (k-1= 5 - 1 = 4)$  dan ( $df_1 (n-k= 98 - 5 = 93)$ ) pada  $\alpha = 0,1$ . Maka  $F_{tabel}$  yang digunakan adalah nilai  $F (4:49) = 2,470$ .

**Tabel 4.13. Hasil Uji Simultan (Uji-F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117,619	4	29,405	902,273	,000 <sup>b</sup>
	Residual	3,031	93	,033		
	Total	120,650	97			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Tempat , Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} (902,273) > F_{tabel} (2,470)$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, Tempat dan Cita Rasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan Halona Coffee Rantauprapat.

## 7. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan variabel bebas (X) punya proporsi atau persentase sumbangan terhadap variabel terikat (Y). Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.14. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,987 <sup>a</sup>	,975	,974	,18053

a. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Tempat , Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Y1

Sumber : Hasil Penelitian (2025)

Berdasarkan tabel 4.18 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai R sebesar 0,987 berarti hubungan antara kualitas pelayanan, harga, tempat dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan sebesar 98,7 %. Hal ini berarti hubungannya erat.
- b. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,975 berarti 97,5 % kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, tempat dan cita rasa. Sedangkan sisanya 2,5 % dipengaruhi variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **A. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.**

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,277 dengan signifikansi 0,000, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi sebesar 0,080 menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Menurut Kurniawan (2021), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan.

Kemudian, hasil dalam penelitian ini sejalan atau tidak bertentangan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Valencia & Giraldo (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan konsumen Restoran Mcdonald Cijantung” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan

pelanggan, dengan koefisien regresi sebesar 0,512. Hal ini memperkuat temuan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek krusial dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.**

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,015 dengan signifikansi 0,003, sehingga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi sebesar 0,023 menunjukkan bahwa semakin tinggi Harga, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Menurut Permata et al. (2024), Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk atau jasa yang sepadan dengan manfaat yang dirasakan konsumen.

Kemudian, hasil dalam penelitian ini sejalan atau tidak bertentangan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugroho (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karangayang” menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi 0,267, dan menjadi variabel kedua terpenting setelah kualitas pelayanan.

## **3. Pengaruh Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.**

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 38,484 dengan signifikansi 0,000, sehingga Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi sebesar 0,302 menunjukkan bahwa semakin tinggi

Tempat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Menurut Tjiptono (dalam Yanti et al., 2023), lokasi strategi memberikan kemudahan akses dan kenyamanan yang sangat berpengaruh terhadap minat pelanggan.

Kemudian hasil dalam penelitian ini sejalan atau tidak bertentangan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauji & Pramudita Faddila (2020) “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Johan Futsal Karawang” menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Johan Futsal Karawang, dengan koefisien regresi 0,489, dan menempati urutan kedua setelah kualitas pelayanan.

#### **4. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.**

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 14,517 dengan signifikansi 0,000, sehingga Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi sebesar 0,118 menunjukkan bahwa semakin tinggi Cita Rasa, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Menurut Maimunah (2020), cita rasa melibatkan elemen aroma, rasa, dan sensasi di mulut yang mempengaruhi pengalaman konsumen secara keseluruhan.

Kemudian hasil dalam penelitian ini sejalan atau tidak bertentangan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kusumaningrum & Supradewi (2019) dengan judul “Pengaruh warna cangkir terhadap persepsi cita rasa minuman kopi pada mahasiswa angkatan 2018 fakultas psikologi universitas Islam Sultan Agung Semarang” menyatakan bahwa persepsi rasa dibentuk oleh

interaksi sensorik dari beberapa indera yang memengaruhi minat konsumen terhadap produk makanan dan minuman

#### **5. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Tempat, dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.**

Dari hasil uji f diperoleh nilai f hitung sebesar 902,273 dengan signifikansi 0,000, sehingga menunjukkan bahwa keempat variabel yaitu kualitas pelayanan, harga, tempat dan cita rasa secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Armahadyani (2018) yang menyatakan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di warung makan pa'mur.