

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Epic Coffee yang berada di jalan Palagan Tentara Pelajar, nomor 29, Sleman, Yogyakarta. Epic Coffee berdiri pada tanggal 10 September 2013 dengan mengusung konsep tempat yaitu *urban casual vibe*.

Epic Coffee adalah bangunan yang menempati lahan seluas 2300 m² dengan luas bangunan 1300 m². Dengan halaman parkir yang luas Epic Coffee menawarkan pengalaman menyantap kuliner dengan gaya dan nuansa yang berbeda. Dari area parkir Epic Coffee nampak simpel dengan penggunaan paving blok dan perpaduan rumput taman, dimana beberapa buah pohon menghiasi sebagai penyejuk dan pemanis suasana. Epic Coffee hadir dengan konsep bangunan industrial dan klasik. Bangunan yang terbuka dengan penataan ruangan yang sedemikian rupa sehingga tampak luas dan lapang. Epic Coffee terdiri dari sebuah ruangan bangunan utama yang berbentuk menyerupai sebuah *Warehouse* (Gudang) dengan konstruksi utama bangunannya terbuat dari baja. Tampak dari depan bangunan Epic Coffee berbentuk segitiga dengan tembok menggunakan kaca tebal yang terpasang dalam rangka besi hal ini dilakukan untuk mengurangi pemakaian lampu ketika siang hari. Sedangkan untuk lantai, Epic Coffee menggunakan acian

semen mirip dengan lantai zaman dahulu di rumah-rumah dengan arsitektur Jawa, untuk penerangan, Epic Coffee menggunakan beberapa lampu spot kecil yang diletakkan secara rapi di kolom-kolom baja, Epic Coffee memang meminimalisir cahaya dengan tujuan agar memunculkan suasana *warm* (hangat). Bangunan Epic Coffee dipermanis lagi dengan adanya batu bata ekpos yang dilapisi dengan gypsum sehingga tampak klasik.

Interior dalam Epic Coffee terbagi menjadi dua. Bagian depan dipergunakan sebagai *Choffe shop* sedangkan bagian belakangnya diperuntukkan sebagai *showroom furniture*. Untuk interior dipenuhi material *custom*. Meja, kursi dan beberapa ornamen penghias ruangan didesain klasik agar selaras dengan salah satu tema yang diusung yaitu klasik. Selain area *indoor*, Epic Coffee juga menawarkan area *outdoor* dalam konsep *garden*. Area *outdoor* ini terletak disebelah utara dari bangunan utama. Pada area ini terdapat beberapa meja dan kursi panjang yang ditata rapi. Nuansa asri juga ditampilkan dalam penggunaan tanaman *Thunbergia Grandiflora* sebagai hiasan atap pada selasar sebelah utara.

2. Profil Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Epic Coffee yang berada di jalan Palagan Tentara Pelajar, nomor 29, Sleman, Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Epic Coffee. Untuk jumlah kuesioner yang disebarkan kepada kuesioner untuk diisi adalah sebanyak 150 kuesioner. Adapun rekapitulasi penyebaran kuesioner dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Rincian Penyebaran Kuesioner

NO.	Dasar Klasifikasi	Jumlah
1	Kuesioner yang disebar	150
2	Kuesioner yang kembali	150
3	Kuesioner yang dapat diolah	150

Berdasarkan keterangan dari Tabel 4.1 di atas diketahui bahwa kuesioner yang diberikan kepada konsumen Epic Coffee yang berada di jalan Palagan Tentara Pelajar, nomor 29, Sleman, Yogyakarta ini sebanyak 150 kuesioner dan seluruh kuesioner yang kembali sesuai dengan kuesioner yang semula disebar. Kuesioner yang telah terkumpul sebanyak 150 kuesioner adalah kuesioner yang lengkap dengan baik dan layak dianalisis dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

3. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan karakteristik usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir dan pendapatan rata-rata perbulan serta tujuan datang ke Epic Coffee jalan Palagan Tentara Pelajar, nomor. 29, Sleman, Yogyakarta. Berikut deskripsi data konsumen Epic Coffee Yogyakarta. Berdasarkan karakteristik yang telah disebutkan dapat ditampilkan dalam Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Persentase	Jumlah
Usia	>17-26	149	99,33%	100%
	>27-36	1	0,67%	
	>37-46	0	0%	
	>47-56	0	0%	
	>57	0	0%	
Jenis Kelamin	Laki-laki	52	35%	100%
	Perempuan	98	65%	
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	125	83,33%	100%
	TNI/Polri	0	0%	
	PNS	0	0%	
	Wiraswasta	7	4,67%	
	Pegawaiswasta	12	8%	
	Lain-lain	6	4%	
Pendidikan terakhir	SMA/Sederajat	91	60,67%	100%
	Diploma	1	0,67%	
	S1	56	37,33%	
	S2	1	0,67%	
	S3	1	0,67%	
Pendapatan rata-rata perbulan	<Rp2000.000	124	82,67%	100%
	>Rp2.000.001-Rp.4000.000	20	13,33%	
	>Rp4.000.001-Rp.6.000.000	4	2,67%	
	>Rp6.000.001-Rp.8.000.000	1	0,67%	
	>Rp8.000.001-Rp.10.000.000	0	0%	
	>Rp10.000.001	1	0,67%	
Tujuan datang ke Epic Coffee	Menikmati makanan dan minuman.	56	37,33%	100%
	<i>Hang Out</i>	80	53,33%	
	Acara keluarga	2	1,34%	
	Pertemuan bisnis.	6	4%	
	Lain-lain	6	4%	
Total		150		

Berdasarkan pada Tabel 4.2 menunjukkan persentase terbesar untuk usia responden adalah >17-26 tahun sebanyak 149 responden atau sebesar 99,33%, persentase terbesar untuk jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 98 responden atau sebesar 65%, persentase terbesar untuk pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa sebesar 125 responden atau sebesar 83,33%, persentase terbesar untuk pendidikan terakhir adalah SMA/ sederajat sebanyak 91 responden atau sebesar 60,67%, persentase terbesar untuk penghasilan rata-rata perbulan adalah < Rp2.000.000 sebanyak 124 responden atau sebesar 82,67% dan persentase terbesar untuk tujuan datang ke Epic Coffee adalah *Hang out* sebanyak 80 responden atau sebesar 53,33%.

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Langkah pertama yang dilakukan peneliti sebelum melakukan analisis data penelitian adalah dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap daftar pertanyaan dalam kuesioner yang disebar. Tujuan dari uji validitas dan uji reliabilitas tersebut adalah untuk mengetahui layak tidaknya instrumen-instrumen pertanyaan yang ada dalam kuesioner ketika digunakan sebagai alat pengumpulan data. Adapun kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 24 pertanyaan yang mewakili setiap variabel. Untuk menguji hasil data dalam uji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan program *softwer* IBM SPSS versi 20.0

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila instrumen-instrumen pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sekaran, 2006). Untuk indikator dalam uji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan α , dimana nilai α -nya ditetapkan sebesar $< 0,05$ atau 5%. Uji validitas pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan program *softwer* IBM SPSS versi 20.0. pada uji validitas dalam penelitian ini memiliki kriteria pengukuran yang digunakan, berikut adalah kriterianya:

- a. Apabila $sig. (2-tailed) > \alpha$, maka kesimpulannya item kuesioner tersebut tidak valid.
- b. Apabila $sig. (2-tailed) < \alpha$, maka kesimpulannya item kuesioner tersebut valid.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan antaran nilai α dengan nilai $sig. (2-tailed)$. Dimana analisis yang digunakan adalah dengan alat analisis *bivariate correlations*. Dari kriteria di atas, hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	Sig. (2-tailed)	Alpha	Keterangan
Nilai Hedonis	NH1	0,000	0,05	Valid
	NH2	0,000	0,05	Valid
	NH3	0,000	0,05	Valid
	NH4	0,000	0,05	Valid
	NH5	0,000	0,05	Valid
	NH6	0,000	0,05	Valid
	NH7	0,000	0,05	Valid
	NH8	0,000	0,05	Valid
	NH9	0,000	0,05	Valid
	NH10	0,000	0,05	Valid
Nilai Utilitarian	NU1	0,000	0,05	Valid
	NU2	0,000	0,05	Valid
	NU3	0,000	0,05	Valid
	NU4	0,000	0,05	Valid
	NU5	0,000	0,05	Valid
Kepuasan	KP1	0,000	0,05	Valid
	KP2	0,000	0,05	Valid
	KP3	0,000	0,0	Valid
	KP4	0,000	0,05	Valid
Niat Perilaku	NP1	0,000	0,05	Valid
	NP2	0,000	0,05	Valid
	NP3	0,000	0,05	Valid
	NP4	0,000	0,05	Valid
	NP5	0,000	0,05	Valid

Sumber: lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki sig. (2-tailed) < 0,05 dan bernilai positif. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid, sehingga semua butir pertanyaan memenuhi syarat dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya serta mampu mewakili variabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan. Kuesioner dikatakan reliabel jika memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. (Rahmawati dkk, 2014). Pengukuran reliabilitas ini didasarkan pada indeks numerik yang disebut koefisien. Dalam penelitian, pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji reliabilitas untuk reliabilitas konsistensi internal, dimana konsep ini menekankan pada konsistensi butir-butir pertanyaan dalam suatu instrumen (Sekaran, 2006). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *cronbach alpha*. Menurut Rahmawati dkk (2014) hasil dari uji reliabilitas dianggap reliabel jika *cronbach alpha* memiliki nilai $> 0,6$. Dimana analisis yang digunakan adalah dengan alat analisis *reliability analysis*. Setelah melakukan pengolahan data, maka hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

NO	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Nilai Hedonis	0,855	Reliabel
2	Nilai Utilitarian	0,802	Reliabel
3	Kepuasan	0,775	Reliabel
4	Niat Perilaku	0,836	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 4.4 menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* pada variabel nilai hedonis sebesar 0,855, variabel nilai utilitarian sebesar 0,802, variabel kepuasan sebesar 0,775 dan variabel niat perilaku sebesar 0,836. Semua nilai masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian tersebut reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan sebagai persyaratan untuk menguji analisis data. Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Rahmawati dkk, 2014). Uji normalitas dengan menggunakan analisis grafik dapat mengakibatkan kesalahan dalam penafsiran jika tidak hati-hati, karena terdapat juga secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Maka dari itu, dalam penelitian ini digunakan analisis statistik dengan menggunakan uji statistik non parametrik *kolmogrov smirnov* (K-S). Adapun hasil uji normalitas ditunjukkan dalam Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,57615400
Most Extreme Differences	Absolute	0,064
	Positive	0,036
	Negative	-0,064
Tes Statistic		0,788
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,564

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai *asymp.sig.(2-tailed)* sebesar 0,564, dimana nilai tersebut lebih dari nilai signifikansi 0,05. Berdasarkan analisis statistik tersebut dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

4. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berhubungan dengan penggambaran sebuah data dan bagaimana karakteristik data tersebut (Rahmawati dkk, 2014). Statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui sejauh mana responden dapat memberitahukan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada alat ukur penelitian.

Untuk mengetahui mean dari masing-masing indikator yang diujikan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Statistik Deskripsi Variabel Nilai Hedonis

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
NH1	150	1	5	3,79	0,681
NH2	150	1	5	3,88	0,634
NH3	150	2	5	3,93	0,686
NH4	150	2	5	3,93	0,791
NH5	150	2	5	4,11	0,687
NH6	150	1	5	4,05	0,740
NH7	150	2	5	3,71	0,763
NH8	150	1	5	3,83	0,727
NH9	150	1	5	3,83	0,757
NH10	150	2	5	3,89	0,773
Rata-rata				3,895	

Sumber: Lampiran 5

Tabel 4.6 menjelaskan statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel nilai hedonis pada penelitian ini. Variabel nilai hedonis menunjukkan jumlah rata-rata sebesar 3,895 dengan skor minimum ada pada angka 1 dan maksimum ada pada angka 5, maka hal ini menunjukkan bahwa nilai hedonis yang dirasakan konsumen selama berada di Epic Coffee adalah tinggi.

Tabel 4.7
Statistik Deskriptif Variabel Nilai Utilitarian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
NU1	150	1	5	3,19	0,888
NU2	150	2	5	3,53	0,757
NU3	150	2	5	3,74	0,690
NU4	150	2	5	3,65	0,725
NU5	150	1	5	3,73	0,802
Rata-rata				3,568	

Sumber: Lampiran 5

Tabel 4.7 menjelaskan statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel nilai utilitarian pada penelitian ini. Variabel nilai utilitarian menunjukkan jumlah rata-rata sebesar 3,568 dengan skor minimum ada di angka 1 dan maximum ada di angka 5, maka hal ini menunjukkan bahwa nilai utilitarian yang dirasakan konsumen selama berada di Epic Coffee adalah tinggi.

Tabel 4.8
Statistik Deskripsi Variabel Kepuasan

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
KP1	150	3	5	4,02	0,607
KP2	150	3	5	4,05	0,643
KP3	150	3	5	4,06	0,678
KP4	150	3	5	4,03	0,660
Rata-rata				4,04	

Sumber: Lampiran 5

Tabel 4.8 menjelaskan statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan pada penelitian ini. Variabel kepuasan menunjukkan jumlah rata-rata sebesar 4,04 dengan skor minimum ada di angka 3 dan maximum ada di angka 5, maka hal ini menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan konsumen selama berada di Epic Coffee adalah tinggi.

Tabel 4.9
Statistik Deskriptif Variabel Niat Perilaku

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
NP1	150	1	5	3,71	0,773
NP2	150	1	5	3,44	0,966
NP3	150	2	5	3,64	0,822
NP4	150	2	5	3,76	0,711
NP5	150	2	5	3,60	0,803
Rata-rata				3,63	

Sumber: Lampiran 5

Tabel 4.9 menjelaskan statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel niat perilaku pada penelitian ini. Variabel niat perilaku menunjukkan jumlah rata-rata sebesar 3,63 dengan skor minimum ada di angka 1 dan maximum ada di angka 5, maka hal ini menunjukkan bahwa niat perilaku yang dirasakan konsumen selama berada di Epic Coffee adalah tinggi.

C. Hasil Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh nilai hedonis dan nilai utilitarian terhadap kepuasan dan niat perilaku pada industri rumah makan. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen, variabel mediasi dan variabel dependen. Untuk variabel independennya adalah nilai hedonis (X1) dan nilai utilitarian (X2), sedangkan untuk variabel

mediasainya adalah kepuasan (M) dan variabel dependen adalah niat perilaku (Y). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *softwer* IBM SPSS versi 20.0. Dalam model analisis regresi linear berganda akan diuji secara parsial (uji t), secara simultan (uji F) dan juga akan dilakukan uji koefisien determinan (R^2). Adapun untuk hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4.10 dan Tabel 4.11.

1. Analisis Regresi Persamaan I (Hipotesis 1 dan 2)

Tabel 4.10

Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda I

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t-statistik	Sig. t
	Beta	Std. Error	Beta		
<i>Constant</i>	4,666	1,052		4,437	0,000
Nilai Hedonis	0,219	0,29	0,523	7,517	0,000
Nilai Utilitarian	0,166	0,48	0,240	3,443	0,000
F-statsitik	60,617				
Sig. F	0,000				
R^2	0,452				
Adjusted R^2	0,445				
N : 150					
Variabel Dependen : Kepuasan					

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 4.10, maka dapat diketahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini. Adapun hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai signifikansi untuk variabel nilai hedonis sebesar 0,000 atau lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka nilai hedonis berpengaruh secara signifikan

terhadap kepuasan. Nilai signifikansi untuk variabel nilai utilitarian sebesar 0,000 atau lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka nilai utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.

a. Uji Regresi Parsial (uji t)

Berdasarkan Tabel. 4.10 maka dapat diketahui secara parsial atau individu, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

1) Pengaruh nilai hedonis terhadap kepuasan

Berdasarkan hasil olah data yang ada pada Tabel 4.10, nilai hedonis memiliki sig. 0,000 atau probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu $< \alpha$ 0,05 dan diperoleh nilai t hitung sebesar 7,517 dengan nilai koefisien regresi 0,523. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa secara parsial atau individu, nilai hedonis berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan.

2) Pengaruh nilai utilitarian terhadap kepuasan

Berdasarkan hasil olah data yang ada pada Tabel 4.10, nilai utilitarian memiliki sig. 0,00 atau probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu $< \alpha$ 0,05 dan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,443 dengan nilai koefisien regresi 0,240. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa secara parsial

atau individu nilai utilitarian berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan.

b. Uji Regresi Simultan (Uji F)

Berdasarkan Tabel 4.10, maka dapat diketahui pengaruh secara simultan atau bersamaan variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini, dimana diperoleh nilai F-hitung sebesar 60,617 dengan nilai sig. 0,000 atau probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu $< \alpha 0,05$. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersamaan nilai hedonis dan nilai utilitarian berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan.

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil regresi diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) dengan melihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,445, maka hal itu menunjukkan bahwa variabel independen dalam model penelitian ini yaitu nilai hedonis dan nilai utilitarian dapat menjelaskan variasi variabel dependen yaitu kepuasan sebesar 44,5%, sedangkan sisanya sebesar 55,5% dijelaskan oleh variabel lain seperti motivasi konsumen untuk mengunjungi kafe yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

d. Hasil uji hipotesis pertama dan kedua

pada pengujian hipotesis yang telah dilakukan di atas, maka disimpulkan bahwa:

- a) Hipotesis pertama (H_1) yaitu nilai hedonis berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan diterima.
- b) Hipotesis kedua (H_2) yaitu nilai utilitarian berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan diterima.

2. Analisis Regresi Persamaan II (Hipotesis 3, 4 dan 5)

Tabel 4.11

Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t-statistik	Sig. t
	Beta	Std. Error	Beta		
Constant	1,459	1,954		0,747	0,457
Nilai Hedonis	0,159	0,60	0,239	2,660	0,009
Nilai Utilitarian	0,279	0,087	0,254	3,198	0,002
Kepuasan	0,340	0,144	0,214	2,364	0,019
F-statistik	25,588				
Sig. F	0,000				
R ²	0,345				
Adjusted R ²	0,331				
N : 150					
Variabel Dependen : Niat Perilaku					

Sumber, Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 4.11, maka dapat diketahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini. Adapun hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai signifikansi untuk variabel nilai hedonis sebesar 0,009 atau lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka nilai hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku. Nilai signifikansi untuk variabel nilai utilitarian sebesar 0,002 atau lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu

0,05, maka nilai utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku. Nilai signifikansi untuk variabel kepuasan sebesar 0,019 atau lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku.

a. Uji Regresi Parsial (uji t)

Berdasarkan Tabel. 4.11 maka dapat diketahui secara parsial atau individu, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

1) Pengaruh nilai hedonis terhadap niat perilaku

Berdasarkan hasil olah data yang ada pada Tabel 4.11, nilai hedonis memiliki sig. 0,009 atau probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu $< \alpha$ 0,05 dan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,660 dengan nilai koefisien regresi 0,239. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa secara parsial atau individu, nilai hedonis berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat perilaku.

2) Pengaruh nilai utilitarian terhadap niat perilaku

Berdasarkan hasil olah data yang ada pada Tabel 4.11, nilai utilitarian memiliki sig. 0,002 atau probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu $< \alpha$ 0,05 dan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,198 dengan nilai koefisien regresi 0,254. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa secara parsial

atau individu nilai utilitarian berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat perilaku.

3) Pengaruh kepuasan terhadap niat perilaku

Berdasarkan hasil olah data yang ada pada Tabel 4.11, kepuasan memiliki sig. 0,019 atau probabilitas lebih kecil dari angka signifikansi yang ditetapkan yaitu $< \alpha$ 0,05 dan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,364. dengan nilai koefisien regresi 0,214. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa secara parsial atau individu, kepuasan berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat perilaku.

b. Uji Regresi Simultan (Uji F)

Berdasarkan Tabel 4.11, maka dapat diketahui pengaruh secara simultan atau bersamaan variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini, dimana diperoleh nilai F-hitung sebesar 25,588 dengan nilai sig. 0,000 atau probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu $< \alpha$ 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersamaan nilai hedonis, nilai utilitarian dan kepuasan berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat perilaku

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa hasil regresi diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) dengan melihat nilai *Adjusted R Square*

sebesar 0,331, maka hal itu menunjukkan bahwa variabel independen dalam model penelitian ini yaitu nilai hedonis, nilai utilitarian dan kepuasan dapat menjelaskan variasi variabel dependen yaitu niat perilaku sebesar 33,1%, sedangkan sisanya sebesar 66,9% dijelaskan oleh variabel lain seperti motivasi konsumen untuk mengunjungi kafe yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

d. Hasil uji hipotesis ketiga, keempat dan kelima

Pada pengujian hipotesis yang telah dilakukan di atas, maka disimpulkan bahwa:

- a) Hipotesis ketiga (H_3) yaitu nilai hedonis berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat perilaku diterima.
- b) Hipotesis keempat (H_4) yaitu nilai utilitarian berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat perilaku diterima.
- c) Hipotesis kelima (H_5) yaitu kepuasan berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat perilaku diterima.

D. Pembahasan (Interpretasi)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui pengaruh nilai hedonis dan nilai utilitarian terhadap kepuasan dan niat perilaku pada industri rumah makan. Berikut adalah penjelasan dari hasil dari penelitian ini:

1. Hasil Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Pada pengujian hipotesis pertama (H_1) ini, menunjukkan bahwa nilai hedonis pada industri rumah makan memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan, pada hipotesis ini memiliki nilai signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi nilai hedonis dan pengalaman yang dapat diberikan industri rumah makan terhadap konsumen dan ternyata hal tersebut sesuai dengan harapan atau ekspektasi konsumen, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang muncul dan dirasakan pada diri konsumen tersebut.

Tentunya hal ini menunjukkan bahwa yang mengunjungi Epic Coffee merasa puas selain karena mendapatkan apa yang diinginkan (nilai utilitarian), juga karena adanya perasaan senang dan gembira serta perasaan bangga ketika konsumen berada di Epic Coffee. Kepuasan yang dirasakan konsumen bisa berkaitan dengan adanya nilai produk dan layanan yang ditawarkan oleh Epic Coffee, Citra yang muncul pada Epic Coffee secara keseluruhan dan rangsangan emosional yang dirasakan oleh konsumen ketika berada di Epic Coffee. Hasil hipotesis pertama (H_1) pada penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hanzae dan Rezaeyeh (2012), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

2. Hasil Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Pada pengujian hipotesis kedua (H_2) ini, menunjukkan bahwa nilai utilitarian pada industri rumah makan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, karena pada hipotesis ini memiliki nilai signifikansi $0,001 < \alpha 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai utilitarian

yang dihasilkan oleh industri rumah makan dan hal tersebut sesuai dengan harapan dan ekspektasi konsumen, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang muncul dan dirasakan pada diri konsumen.

Konsumen datang ke Epic Coffee karena memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Maka kepuasan dapat tercipta ketika kebutuhan tersebut dapat terpenuhi. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat berkaitan dengan adanya aspek ekonomis produk atau layanan yang diberikan oleh Epic Coffee kepada konsumen, kemudian konsumen menganggap bahwa harga yang dibayar untuk mendapatkan produk di Epic Coffee sesuai dengan kualitas produk yang disajikan dan itu membuat konsumen merasa tidak sia-sia untuk uang yang dikeluarkan untuk makan di Epic Coffee, selain itu konsumen merasa makan di Epic Coffee tidak harus menunggu lama dan praktis sehingga konsumen akan merasa efisien ketika berada di Epic Coffee. Penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hanzae dan Rezaeyeh (2012), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

3. Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga (H₃)

Pada pengujian hipotesis ketiga (H₃) ini, menunjukkan bahwa nilai hedonis pada industri rumah makan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku, karena pada hipotesis ini memiliki nilai signifikansi $0.009 < \alpha < 0,05$. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi nilai hedonis dan pengalaman yang dapat

diberikan industri rumah makan terhadap konsumen, maka akan semakin tinggi pula niat perilaku positif yang muncul dalam diri konsumen.

Nilai hedonis berkaitan tentang kesenangan dan hiburan. Konsumen mengunjungi Epic Coffee merasa senang dan nyaman dengan suasana yang ditawarkan oleh Epic Coffee, ada perasaan dan suasana hati yang berbeda ketika berkumpul di Epic Coffee bersama teman, keluarga atau rekan bisnis dan merasa lebih tenang ketika berada di Epic Coffee. Ketika semua hal itu dapat diperoleh konsumen, maka tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen akan berkunjung kembali ke Epic Coffee dikemudian hari dan mengatakan hal positif tentang Epic Coffee serta merekomendasikan Epic Coffee kepada orang lain. Penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ryu dkk. (2010), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku.

4. Hasil Pengujian Hipotesis Keempat (H₄)

Pada pengujian hipotesis keempat (H₄) ini, menunjukkan bahwa nilai utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku, karena hipotesis ini memiliki nilai signifikansi $0,002 < \alpha < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai utilitarian yang diciptakan oleh industri rumah makan maka akan semakin tinggi pula niat perilaku positif yang muncul pada diri konsumen.

Nilai utilitarian berkaitan dengan aspek kebermanfaatan secara fungsional suatu produk tersebut. Konsumen mengunjungi Epic Coffee

untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum, selain itu konsumen merasa praktis dan efisien makan dan minum di Epic Coffee dengan harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas Epic Coffee secara keseluruhan. Ketika semua hal itu diperoleh konsumen, maka tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen akan berukunjang kembali ke Epic Coffee dikemudian hari dan mengatakan hal positif tentang Epic Coffee serta merekomendasikan Epic Coffee ke orang lain. Penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hanzae dan Rezaeyeh (2012), dimana hasil penelitannya menunjukkan bahwa nilai utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku.

5. Hasil Pengujian Hipotesis Kelima (H₅)

Pada pengujian hipotesis kelima (H₅) ini, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada industri rumah makan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku, karena pada hipotesis ini memiliki nilai signifikansi $0,019 < \alpha < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang mendapatkan kepuasan terhadap produk, layanan dan hal-hal lain secara keseluruhan suatu industri rumah makan, maka akan muncul dalam diri konsumen tersebut niat dan bersedia untuk datang kembali serta melakukan pembelian ulang, selain itu akan merekomendasikan industri rumah makan tersebut ke orang lain dan mengatakan hal-hal positif tentang industri rumah makan tersebut kepada orang lain. Dalam hal ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka

konsumen akan lebih memiliki perilaku positif yang dapat menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan konsumen sangatlah penting bagi konsumen itu sendiri dan juga bagi industri rumah makan, maka dari itu industri rumah makan harus selalu berupaya untuk memperhatikan tingkat kepuasan konsumennya, karena dengan kepuasan konsumen yang tinggi, maka akan menghasilkan timbal balik yang positif dan tinggi pula dari konsumen untuk industri rumah makan. Tentunya dengan terciptanya hal tersebut, akan memberikan kebermanfaatan bagi perusahaan karena akan mengurangi perilaku konsumen untuk berpindah industri rumah makan lainnya.

Dalam penelitian ini konsumen Epic Coffee merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh Epic Coffee terhadap konsumen itu, hal tersebut sesuai dengan harapan dan ekpektasi konsumen terhadap produk, pelayanan dan tentang Epic Coffee secara keseluruhan. Atas kepuasan tersebut maka akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen setelah selesai makan di Epic Coffee, seperti niat konsumen untuk datang kembali ke Epic Coffee di waktu yang akan datang, selain itu juga perilaku konsumen dalam menjelaskan kesan-kesan positif dan merekomendasikan Epic Coffee kepada orang lain. Penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hanzae dan Rezaeyeh (2012), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku.