

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

Secret Garden Coffee and Chocolate pertama beroperasi pada tanggal 28 September 2014, *Secret Garden Coffee and Chocolate* ini bernama Riveria, karena namanya terkesan kurang cocok akhirnya nama Riveria Cafe diganti nama oleh pemiliknya dengan nama *Secret Garden Coffee and Chocolate* karena dilihat dari tempat dan konsep yang ingin ditawarkan kepada konsumen dan dengan menghadirkan inovasi baru yakni restaurant dengan konsep sebagai garden restoran.

Secret Garden Coffee and Chocolate ini sendiri berada di Jalan Amri Yahya No. 2 Gampingan, Wirobrajan, Pakuncen, Wirobrajan, Kota Yogyakarta, Daerah Yogyakarta 55252. Dengan omset 6-8 juta per hari dan 9-14 juta setiap hari libur membuat *Secret Garden Coffee and Chocolate* ini gencar dalam berpromosi dan meposisi restaurantnya ini sebagai garden restaurant di Yogyakarta.

Secret Garden Coffee and Chocolate bukan satu-satunya restoran yang mengangkat konsep garden resto namun, dengan lokasinya yang tersembunyi dibelakang pasar dan museum menjadikannya unik sehingga para pengunjung atau konsumen penasaran dengan *Secret Garden Coffee and Chocolate* atau sering disebut taman rahasia di Yogyakarta.

Visi dari *Secret Garden Coffee and Chocolate* adalah sebagai tempat dan rasa untuk dikenang bagi para pelanggan, dengan memberikan pelayanan yang terbaik, produk yang berkualitas serta tempat dan atmosfer yang nyaman

seperti sedang berada ditaman sehingga menjadikan *Secret Graden Coffee and Chocolate* sebagai pilihan utama.

Sedangkan misi dari *Secret Graden Coffee and Chocolate* adalah restoran yang bernuansa *garden* kepada masyarakat luas, berkomitmen untuk membentuk tim yang solid yang dapat melayani secara professional serta mempunyai etika bisnis yang baik, menjaga standarisasi dalam menyediakan makanan dan minuman yang segar, sehat, lezat, bervariasi dan higienis dengan harga yang bersaing, dan menciptakan atmosfer yang natural dengan relax dengan fasilitas-fasilitas yang menunjang demi meningkatkan kenyamanan pelanggan sehingga *Secret Garden Coffee and Chocolate* berkeyakinan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci untuk keberhasilan kami dalam memperoleh keuntungan, mempertahankan keberadaan dan mencapai pertumbuhan.

Secret Garden Coffee and Chocolate Jalan Amri Yahya No. 2 Gampingan, *Wirobrajan*, Pakuncen, *Wirobrajan*, Kota Yogyakarta, Daerah Yogyakarta 55252.

Struktur *organisasi* adalah kerangka antara hubungan satuan-satuan organisasi yang didalamnya terdapat pejabat, tugas, serta wewenang yang berbeda-beda sesuai dengan jabatan yang ada. Struktur organisasi yang jelas dan tepat dapat mempermudah pembagian tugas dan tanggung jawab yang saling berkontribusi antara satu jabatan dengan jabatan yang lain, sehingga tidak menimbulkan benturan dalam bekerja. Tidak terjadi kesalahan dalam melaksanakan pekerjaan, *perintah* yang salah prosedur serta fungsinya

sehingga dapat menghasilkan informasi yang diharapkan. Adapun struktur organisasi *Secret Garden Coffee and Chocolate* adalah sebagai berikut :

1. Pemiliki (*owner*) : Aditya Surya Prasetya
2. Administrasi : Satria Cahaya Utama
3. Purchasing : Dania Subekti
4. Operasional : Diaz Alexiano
5. Head Kitchen : Topan
6. Head Barista : Danang
7. Waiters : Iman, Captain
8. Captain : Steaward

Sumber : Data Langsung dari *Secret Garden Coffee and Chocolate*

1. Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data dengan menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada semua pengunjung cafe dengan kriteria sering mengunjungi *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta. Berdasarkan kuisisioner yang dibagikan kepada 120 responden atau sebanyak 100% sebagai sampel, dapat digunakan untuk menentukan gambaran konsumen *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta.

2. Profil Responden

Penelitian ini menguji pengaruh atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang sering mengunjungi *Secret Garden Coffee and*

Chocolate di Yogyakarta. Data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner yang disebarakan sebanyak 120 kuisisioner.

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil kuisisioner yang disebarakan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta dengan total 120 responden, diperoleh data tentang jenis kelamin pelanggan *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat di tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	63	52,5%
Perempuan	57	47,5%
Total	120	100%

Sumber : Data yang diolah 2018 lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa responden penelitian dengan jenis kelamin laki-laki adalah responden terbanyak sebanyak 63 orang (52,5%) dan responden penelitian dengan jenis kelamin perempuan adalah responden yang terkecil sebanyak 57 (47,5%).

b. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil kuisisioner yang disebarakan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta dengan total 120 responden, diperoleh data tentang pekerjaan pelanggan *Secret Garden Coffee and*

Chocolate di Yogyakarta. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat di tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/i	47	39,167%
Wiraswasta	37	30,833%
Pegawai Negeri Sipil	18	15%
Pegawai Swasta	18	15%
Total	120	100%

Sumber : Data yang diolah 2018 lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden penelitian dengan pekerjaan mahasiswa sebanyak 47 orang (39,167%) adalah responden terbanyak, sedangkan responden penelitian dengan pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Pegawai Swasta adalah responden terkecil sebanyak 18 orang (15%), dan pekerjaan responden sebagai wiraswasta adalah sebanyak 37 orang (30,833%).

c. Karakteristik Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil kuisisioner yang disebar di *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta dengan total 120 responden, diperoleh data tentang usia pelanggan *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat di tabel 4.3 berikut:

Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Berdasarkan Usia

Rentan Usia	Jumlah	Persentase (%)
17-25	62	51,67%
26-35	43	35,83%
36-50	15	12,5%
Total	120	100%

Sumber : Data yang diolah 2018 lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat disimpulkan bahwa responden dengan usia antara 17 hingga 25 tahun merupakan responden atau pengunjung cafe terbanyak pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta sebanyak 62 orang (51,67 %) sedangkan responden dengan rentang usia antara 36 hingga 50 tahun merupakan jumlah responden terkecil sebanyak 15 orang (12,5 %).

B. Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian sudah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Berikut ini adalah pengujian validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas Penelitian

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat keakuratan suatu instrumen dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Pengukuran validitas dalam penelitian ini menggunakan *Bivariate Pearson (Product Moment Pearson)* yang merupakan teknik kolerasi yakni menghitung kolerasi atau hubungan antara skor masing-masing poin dalam pernyataan sehingga menghasilkan total skor.

Hasil dari validitas dilihat pada output *Alpha Cronbach* di kolom *Corrected Item-Total Correlation*, kemudian dibandingkan antara nilai *Corrected Item-Total Correlation* dengan hasil perhitungan *Pearson Correlations*. Hal ini berarti bahwa jika *Pearson Correlations* adalah sig. $\leq 0,05$ dan bernilai positif, maka poin pada pernyataan tersebut dinyatakan

valid sebagaimana yang dinyatakan oleh Rahmawati, Fajarwati dan Fauziyah (2015).

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan 120 responden dan diolah dengan menggunakan software IBM SPSS Statistik 22. Berikut ini adalah penjelasan tentang hasil Uji Validitas pada tiap-tiap variabel yang terperinci pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Pada Tiap-Tiap Variabel

No	Variabel	Point	Pearson Corelation	Sig.(2-tailed)	Penjelasan
1	Atmosfer (X1)	1	0,574	0,000	Valid
		2	0,589	0,000	Valid
		3	0,542	0,000	Valid
		4	0,530	0,000	Valid
		5	0,489	0,000	Valid
		6	0,528	0,000	Valid
		7	0,578	0,000	Valid
		8	0,686	0,000	Valid
2	Persepsi Kualitas Layanan (X2)	9	0,455	0,000	Valid
		10	0,632	0,000	Valid
		11	0,731	0,000	Valid
		12	0,722	0,000	Valid
3	Persepsi Harga (X3)	13	0,681	0,000	Valid
		14	0,679	0,000	Valid
		15	0,766	0,000	Valid
		16	0,679	0,000	Valid
		17	0,583	0,000	Valid
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	18	0,718	0,000	Valid
		19	0,696	0,000	Valid
		20	0,717	0,000	Valid

Sumber : Data yang diolah 2018 lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa nilai hasil signifikansi yang diperoleh dari tiap butir pernyataan pada variabel penelitian yang meliputi atmosfer, persepsi kualitas layanan, persepsi

harga dan kepuasan pelanggan. Variabel-variabel tersebut mempunyai nilai signifikansi 0,000 yang mana mengacu pada pernyataan Sekaran (2014) yang mengatakan bahwa tiap pernyataan dikatakan valid apabila nilai signifikan (α) < 5% atau > 0,05. Hal ini berarti bahwa seluruh poin pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reliabilitas Penelitian

Berdasarkan pernyataan Sekaran (2014), menyatakan bahwa keandalan (*reliability*) dari suatu pengukuran dapat menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa menghasilkan bias dan indikator pernyataan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan 120 responden dan dapat diolah menggunakan software IBM SPSS Statistik 22 dimana hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel terperinci dalam tabel 4.5 di bawah ini :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel

Variabel	α Hitung	A	Penjelasan
Atmosfer (X1)	0,604	0,600	Reliabel
Persepsi Kualitas Layanan (X2)	0,659	0,600	Reliabel
Persepsi harga (X3)	0,652	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,610	0,600	Reliabel

Sumber : Data yang diolah 2018 lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai perhitungan pada poin pernyataan variabel atmosfer (X1) adalah 0,604, variabel persepsi kualitas layanan (X2) adalah 0,559, variabel persepsi harga (X3) adalah 0,652 dan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah

0,610 sehingga nilai-nilai tersebut dikatakan reliabel karena hasil α hitung lebih besar dari angka 0,600, yang berarti bahwa semua poin pernyataan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan sejauh mana responden dapat memberikan jawaban dari pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, (Ghozali, 2011). Berdasarkan kuesioner yang telah disebar oleh peneliti, maka dapat diketahui tanggapan-tanggapan responden terhadap atmosfer, persepsi kualitas layanan, dan persepsi harga, terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta. Penilaian dari jawaban responden menggunakan skala Likert, selanjutnya dicari rata-rata dari jawaban responden agar memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval. Penelitian ini penulis menentukan banyaknya kelas interval sebanyak lima.

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{\text{rentang}}{\text{Banyak kelas interval}}$$

Dimana:

Rentang = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah

Berdasarkan rumus diatas maka panjang kelas interval adalah

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Maka interval dari kriteria penelitian adalah sebagai berikut:

1,00 – 1,79 = Sangat Tidak Baik (STB)

1,80 – 2,59 = Kurang Baik (KB)

2,60 – 3,39 = Cukup Baik (CB)

3,40 – 4,19 = Baik (B)

4,20 – 5,00 = Sangat Baik (SB)

Uji deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran yang utuh tentang karakteristik. Maka statistik deskriptif pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Atmosfer

No	N	Maximum	Minimum	Mean	Std.Deviation
1	120	5	3	3,9	0,457
2	120	5	3	3,96	0,556
3	120	5	3	4,11	0,591
4	120	4	2	3,34	0,572
5	120	5	3	3,96	0,438
6	120	5	3	3,92	0,495
7	120	5	3	4,36	0,658
				3,93	

Sumber: data yang diolah 2018, lampiran 5

Tabel 4.6 menjelaskan statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel nilai atmosfer. Variabel atmosfer menunjukkan rata-rata 3,93 dengan skor minimum ada angka 2 dan skor maksimum angka 5, data ini menunjukkan bahwa atmosfer berada di kategori Baik.

Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Persepsi Kualitas Layanan

No	N	Maximum	Minimum	Mean	Std.Deviation
1	120	5	2	3,85	0,617
2	120	5	2	3,62	0,553
3	120	5	3	3,76	0,622
4	120	5	3	3,73	0,683
5	120	5	2	3,81	0,714
				3,75	

Sumber: data yang diolah 2018, lampiran 5

Tabel 4.7 menjelaskan statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel nilai persepsi. Variabel Persepsi kualitas layanan menunjukkan jumlah rata-rata 3,75 dengan skor minimum

ada di angka 2 dan skor maksimum angka 5. Analisis ini menunjukkan bahwa pengetahuan responden berada di kategori Baik.

Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Persepsi harga

No	N	Maximum	Minimum	Mean	Std.Deviation
1	120	4	1	3,18	0,706
2	120	4	2	3,25	0,569
3	120	5	1	3,34	0,761
4	120	5	2	3,34	0,739
				3,27	

Sumber: data yang diolah 2018, lampiran 5

Tabel 4.8 menjelaskan statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel nilai lokasi. Variabel Lokasi menunjukkan jumlah rata-rata 3,27 dengan skor minimum ada di angka 1 dan skor maksimum angka 5, analisis ini menunjukkan bahwa pengetahuan responden berada di kategori Baik.

Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan

No	N	Maximum	Minimum	Mean	Std.Deviation
1	120	5	2	3,56	0,619
2	120	5	2	3,76	0,648
3	120	5	3	3,84	0,608
4	120	5	3	3,91	0,648
				3,76	

Sumber: data yang diolah 2018, lampiran 5

Tabel 4.9 menjelaskan statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel nilai Kepuasan. Variabel Kepuasan Konsumen menunjukkan jumlah rata-rata 3,76 dengan skor minimum angka 2 dan maksimum angka 5, hal ini menunjukkan bahwa responden berada di kategori Baik.

C. Proses Penelitian dan Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen yakni atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan. Pengolahan data yang dilakukan di dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS Statistics 22 Hasil pengolahan data melalui software IBM Statistics 22 dapat dilihat di dalam tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0,544	2,068		0,263	0,793
Atmosfer	0,301	0,067	0,364	4,47	0,000
Prsepsi Kualitas Layanan	0,179	0,066	0,218	2,702	0,008
Persepsi Harga	0,218	0,07	0,248	3,13	0,002
Uji F	16,739				
Adjusted R Square	0,284				

Dependen Variabel: Kepuasan Pelanggan
Sumber : Data yang diolah 2018 lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics 22 adalah:

$$Y = 0,364 X_1 + 0,218 X_2 + 0,248 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Hasil statistik yang ditunjukkan pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel atmosfer positif terhadap variabel kepuasan pelanggan berdasarkan koefisien regresi sebesar 0,364 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel atmosfer meningkat dan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Hasil statistik yang ditunjukkan pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas layanan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan berdasarkan koefisien regresi sebesar 0,218 dengan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kualitas layanan meningkat dan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Hasil statistik yang ditunjukkan pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel persepsi harga positif terhadap variabel kepuasan pelanggan berdasarkan koefisien regresi sebesar 0,248 dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga meningkat dan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Hasil Uji Simultan (F)

Menurut Rahmawati, Fajarwati dan Fauziyah (2015) uji statistik F atau simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen atau terikat. Sehingga peneliti akan menguji apakah atmosfer, persepsi kualitas layanan

dan persepsi harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Caffee and Chocolate* di Yogyakarta.

Penghitungan penentuan uji F adalah tingkat signifikan 5%, jika nilai signifikansi $F < \alpha 0,05$, maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen diantaranya atmosfer, persepsi kualitas layanan, persepsi harga, dan promosi. Sedangkan untuk variabel dependennya yakni kepuasan pelanggan.

Tabel 4. 11 Analisis Hasil Uji Simultan (F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	105,579	3	35,193	16,739	0,000 ^b
Residual	243,887	116	2,102		
Total	349,467	119			

Sumber : Data yang diolah 2018 lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat disimpulkan bahwa pada variabel atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga terhadap variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 16,739 maka secara simultan, variabel atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan dan hal ini berarti bahwa hipotesis pertama diterima.

3. Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan pernyataan Rahmawati, Fajarwati dan Fauziyah (2015), uji statistik t adalah untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari

variabel independen terhadap variabel dependen sehingga pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut secara terpisah atau berkesinambungan.

Berdasarkan tabel 4.10 uji parsial (t) dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Pengaruh atmosfer terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 4.10 variabel atmosfer memiliki nilai angka signifikansi $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai t hitung dengan sebesar 4,470 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, variabel atmosfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan dan hipotesis (H2) dalam penelitian ini dapat diterima.

b. Pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 4.10 variabel kualitas layanan memiliki nilai angka signifikansi $0,008 < 0,05$ dan diperoleh nilai t hitung dengan sebesar 2,702 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, variabel persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan dan hipotesis (H3) dalam penelitian ini dapat diterima.

c. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 4.10 variabel kualitas layanan memiliki nilai angka signifikansi $0,002 < 0,05$ dan diperoleh nilai t hitung dengan sebesar 3,130 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel

kepuasan pelanggan dan hipotesis (H4) dalam penelitian ini dapat diterima. Hasil uji hipotesis secara keseluruhan terperinci dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Keterangan
1	Atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Diterima
2	Atmosfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Diterima
3	Persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Diterima
4	Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Diterima

Sumber : Data yang diolah 2018

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan pernyataan Rahmawati, Fajarwati dan Fauziyah (2015), koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel bebas. Hal ini berarti bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara angka nol sampai angka satu. Nilai R^2 yang kecil berarti bahwa kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat sangat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel-variabel bebas dapat memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,550 ^a	0,302	0,284	1,450

Sumber : Data yang diolah 2018 lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,284 ini berarti sebesar 28,4% dari variabel independen yakni atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga dapat mengukur serta menjelaskan variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan sisa dari nilai nilai Adjusted R Square yakni sebesar 71,6% diukur serta dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian Interpretasi

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Pengaruh atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil dari pengujian hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa secara uji simultan, faktor atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berdasarkan pada nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,5$ dan angka F hitung sebesar 16,739.

Variabel kepuasan pelanggan yang meliputi atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga saling berhubungan satu sama lain dimana faktor atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga tersebut memberikan rasa puas terhadap pelanggan cafe.

Hal ini dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa terpenuhinya harapan pelanggan, kepuasan terhadap pelayanan, kepuasan

dengan fasilitas yang diberikan dan kepuasan kunjungan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* dirasakan memuaskan bagi pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yakni Hariyanto dan Subagyo (2013), Listyiono dan Sugiarto (2015), Saglik et all (2014), Aristiwati dan Budianto (2015), Montung dkk (2015), Almohaimmeed (2017), Putra (2018), Rahman et all (2012), Palma dan Anddjarwati (2016) yang menyatakan adanya pengaruh atmosfer, persepsi kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh atmosfer terhadap kepuasan pelanggan

Hasil dari pengujian hipotesis pertama (H2) menyatakan bahwa secara uji simultan, faktor atmosfer berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berdasarkan pada nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,5$ dan angka F hitung sebesar 16,739.

Berdasarkan hasil analisis secara parsial, variabel atmosfer berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hal ini dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa pengaturan fasilitas dalam ruangan cafe, suara musik, bau atau aroma ruangan, tampilan fisik, penataan dalam ruangan, pengaturan fasilitas luar ruangan dan penataan luar ruangan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* dirasakan memuaskan bagi pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yakni Hariyanto dan Subagyo (2013),

Listyiono dan Sugiarto (2015) serta Montung dkk (2015) yang menyatakan adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini berarti bahwa semakin meningkatnya kualitas atmosfer yang diciptakan oleh pengelola *Secret Garden Coffee and Chocolate*, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

6. Pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil dari pengujian hipotesis pertama (H3) menyatakan bahwa secara uji simultan, faktor kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berdasarkan pada nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,5$ dan angka F hitung sebesar 16,739.

Berdasarkan hasil analisis secara parsial, variabel kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hal ini dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa keandalan dalam menyajikan makanan, daya tanggap pelayan yang sigap terhadap pelanggan, jaminan pelayanan yang baik, penampilan pelayan yang rapi, dan pelayan yang ramah kepada pelanggan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* dirasakan memuaskan bagi pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yakni Saglik et all (2014), Aristiwati dan Budianto (2015) yang menyatakan adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini berarti bahwa semakin meningkatnya kualitas layanan yang diciptakan oleh pengelola *Secret Garden Coffee and Chocolate*, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

7. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil dari pengujian hipotesis pertama (H4) menyatakan bahwa secara uji simultan, faktor harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berdasarkan pada nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,5$ dan angka F hitung sebesar 16,739.

Berdasarkan hasil analisis secara parsial, variabel persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hal ini dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa keterjangkauan harga yang ditawarkan, kesesuaian harga dengan kualitas makanan dan minuman, besaran harga serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* dirasakan memuaskan bagi pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yakni Montung dkk (2015), Almohaimmeed (2017), Putra (2018), Rahman dkk (2012), Palma dan Anddjarwati (2016), yang menyatakan adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini berarti bahwa semakin berkualitasnya harga yang seimbang dengan kualitas layanan dan atmosfer yang diciptakan oleh pengelola *Secret Garden Coffee and Chocolate*, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.