

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

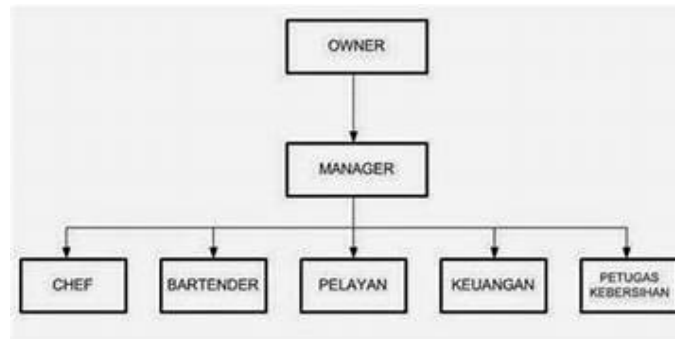
1. Sejarah Perusahaan

Dalam menjalankan usaha atau bisnis diperlukan kerja keras agar mencapai kesuksesan dan tetap terus maju dan berkembang. Usaha kuliner atau yang sering disebut Cafe merupakan salah satu usaha yang berhasil yang banyak ditemukan di Indonesia khususnya kota Surabaya, dimana telah berjalan selama bertahun-tahun dan memiliki cita rasa masakan yang bervariasi. Usaha kuliner atau cafe dapat bertahan dan berkembang seperti sekarang tentu saja berkat kerja keras pemilik dan para karyawannya.

WakeUp Coffee merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang penyediaan pelayanan berbagai jenis makanan dan minuman. *WakeUp Coffee* Kediri memulai bisnis kulinernya di Surabaya pada tanggal 9 Agustus 2018, pemilik *WakeUp Coffee* bernama Fahim Nurafan. Pemilik dari *WakeUp Coffee* Kediri ini melihat adanya peluang untuk mendirikan usaha karena adanya tempat yang berada di lokasi yang strategis. *WakeUp Coffee* ini bermula dari coba-coba dan serba cepat didirikan sampai akhirnya kini berhasil memikat hati para pelanggannya.

2. Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan struktur organisasi dari *WakeUp* Kediri



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

Kuesioner yang disebar dalam penelitian ini yaitu sesuai dengan banyaknya sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 *ekslembar*. Karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu berdasarkan jenis kelamin dan usia.

B. Gambaran Umum Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan dari jenis kelamin, karyawan dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuesioner yang disebar ditemukan bahwa karyawan laki-laki lebih dominan di bandingkan dengan perempuan. Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa konsumen yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 25 orang dan perempuan sebanyak 15 orang, dengan perbandingan presentase 75% dan 25%. Adapun jumlah konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	25	62,5%
Perempuan	15	37,5%
Total	40	100%

Sumber : Data Primer Yang diolah 2023

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, konsumen responden dengan usia 17-25 tahun sebanyak 5 orang (12,5%), konsumen dengan usia 26-35 tahun sebanyak 15 orang (37,5%), konsumen dengan usia 36-45 tahun sebanyak 14 orang (35%) dan konsumen > 46 tahun sebanyak 6 orang (15%).

Tabel 4.2
Kategori Usia Responden

Umur	Jumlah Responden	Persentase
20-25 tahun	5	12,5%
26-35 tahun	15	37,5%
36-45 tahun	14	35%
>46 tahun	6	15%
Total	40	100%

Sumber : Data Primer Yang diolah 2023

Dari tabel 4.2 diketahui bahwa usia 26-35 tahun merupakan responden dengan jumlah tertinggi yaitu 15 orang. Hal ini dikarenakan pada usia itu merupakan masa kerja yang baik dan usia yang produktif untuk bekerja.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3
Kategori Tingkat Pendidikan Responden

Umur	Jumlah Responden	Persentase
SMP	2	5%
SMA	32	80%
S1	6	15%
Total	40	100%

Sumber : Data Primer Yang diolah 2023

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, konsumen responden tamatan SMP sebanyak 2 orang (5%), karyawan dengan tamatan SMA sebanyak 32 orang (85%), dan karyawan dengan tamatan s1 sebanyak 6 orang (15%). Dengan demikian konsumen yang paling mendominasi yaitu adalah tamatan tingkat SMA/ sederajat.

C. Deskripsi Data Variabel

Dari pernyataan pada kuesioner yang telah diajukan kepada responden diperoleh berbagai macam tanggapan terhadap variabel inovasi, harga dan kepuasan konsumen. Berbagai tanggapan dari responden tersebut dapat disajikan sebagai berikut :

1. Deskripsi Data Variabel Inovasi (X1)

Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel inovasi terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi

No	Butir	Tanggapan Responden										Total		Mean
		STS		TS		N		S		SS		N	%	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
1	X.1.1	0	0	0	0	18	45	14	35	8	20	40	100	3,75
2	X.1.2	0	0	0	0	10	25	20	50	10	25	40	100	4
3	X.1.3	0	0	1	2,5	10	25	18	45	11	27,5	40	100	3,97
4	X.1.4	0	0	0	0	12	30	15	37,5	13	32,5	40	100	4,02
5	X.1.5	0	0	0	0	11	27,5	18	45	11	27,5	40	100	4
6	X.1.6	0	0	0	0	7	17,5	21	52,5	12	30	40	100	4,12

Sumber : Data Primer Yang diolah 2023

Berdasarkan pada tabel 4.4 maka dapat dideskripsikan bahwa Jawaban responden terhadap variabel inovasi yang meliputi pernyataan X1.1 menghasilkan nilai rata-rata 3,75 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik, sedangkan untuk pernyataan X1.2 menghasilkan nilai rata-rata 4 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Untuk item pada pernyataan X1.3 menghasilkan nilai rata-rata 3,97 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik, sedangkan pernyataan X1.4 menghasilkan nilai rata-rata 4,02 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Distribusi jawaban responden mengenai pernyataan X1.5 menghasilkan nilai rata-rata 4 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik dan untuk pernyataan X1.6 menghasilkan nilai rata-rata 4,12 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

2. Deskripsi Data Variabel Harga (X2)

Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel harga kerja terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Seleksi

No	Butir	Tanggapan Responden										Total		Mean
		STS		TS		N		S		SS				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%	
1	X.2.1	0	0	0	0	13	32,5	21	52,5	6	15	40	100	3,82
2	X.2.2	0	0	1	2,5	8	20	25	62,5	6	15	40	100	3,9
3	X.2.3	0	0	0	0	13	32,5	20	50	7	17,5	40	100	3,85
4	X.2.4	0	0	1	2,5	15	37,5	15	37,5	9	22,5	40	100	3,8
5	X.2.5	0	0	0	0	14	35	21	52,5	5	12,5	40	100	3,77
6	X.2.6	0	0	0	0	12	30	23	57,5	5	12,5	40	100	3,82

Sumber : Data Primer Yang diolah 2023

Berdasarkan pada tabel 4.5 maka dapat dideskripsikan bahwa jawaban responden terhadap variabel harga yang meliputi pernyataan X2.1 menghasilkan nilai rata-rata 3,82 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik. Pernyataan X2.2 menghasilkan nilai rata-rata 3,9 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Pada item kedua pernyataan X2.3 menghasilkan nilai rata-rata 3,85 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik dan untuk pernyataan X2.4 menghasilkan nilai rata-rata 3,8 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Distribusi jawaban responden mengenai pernyataan X2.5 menghasilkan nilai rata-rata 3,77 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik sedangkan pernyataan X2.6 menghasilkan nilai rata-rata 3,82 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Hal ini dapat dilihat dari total rata-rata jawaban responden sebesar 3,84 dari ketiga indikator yaitu pada menunjukkan bahwa responden setuju akan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

No	Butir	Tanggapan Responden										Total		Mean
		STS		TS		N		S		SS		N	%	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
1	Y.1	0	0	0	0	12	30	25	62,5	3	7,5	40	100	3,77
2	Y.2	0	0	0	0	9	22,5	24	60	7	17,5	40	100	3,95
3	Y.3	0	0	0	0	14	35	20	50	6	15	40	100	3,8
4	Y.4	0	0	0	0	6	15	28	70	6	15	40	100	4
5	Y.5	0	0	0	0	14	35	19	47,5	7	17,5	40	100	3,82
6	Y.6	0	0	0	0	9	22,5	25	62,5	6	15	40	100	3,92
7	Y.7	0	0	0	0	10	25	25	62,5	5	12,5	40	100	3,87
8	Y.8	0	0	0	0	10	25	23	57,5	7	17,5	40	100	3,92
9	Y.9	0	0	0	0	10	25	21	52,5	9	22,5	40	100	3,97
10	Y.10	0	0	0	0	9	22,5	24	60	7	17,5	40	100	3,95

11	Y.11	0	0	0	0	14	35	20	50	6	15	40	100	3,8
12	Y.12	0	0	0	0	10	25	23	57,5	7	17,5	40	100	3,92

Sumber : Data Primer Yang diolah 2023

Berdasarkan pada tabel 4.6 maka dapat dideskripsikan bahwa jawaban responden terhadap variabel kepuasan konsumen yang meliputi pernyataan Y.1 menghasilkan nilai rata-rata 3,77 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik. Pernyataan Y.2 menghasilkan nilai rata-rata 3,95 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Pada pernyataan Y.3 yaitu menghasilkan nilai rata-rata 3,8 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik sedangkan pernyataan Y.4 menghasilkan nilai rata-rata 4 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Untuk item kelima yaitu pada pernyataan Y.5 menghasilkan nilai rata-rata 3,82 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik. Pernyataan Y.6 menghasilkan nilai rata-rata 3,92 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Distribusi jawaban responden mengenai pernyataan Y.7 menghasilkan nilai rata-rata 3,87 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik sedangkan pernyataan Y.8 menghasilkan nilai rata-rata 3,92 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik

Distribusi jawaban responden mengenai pernyataan Y.9 menghasilkan nilai rata-rata 3,97 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik sedangkan pernyataan Y.10 menghasilkan nilai rata-rata 3,95 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Distribusi jawaban responden mengenai pernyataan Y.11 menghasilkan nilai rata-rata 3,8 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik sedangkan pernyataan Y.12 menghasilkan nilai rata-rata 3,92 sehingga masuk dalam kategori rata-rata baik.

Hal ini dapat dilihat dari total rata-rata jawaban responden sebesar 3,9 dari indikator yaitu pada variabel kepuasan konsumen menunjukkan bahwa responden setuju akan indikator kepuasan kerja.

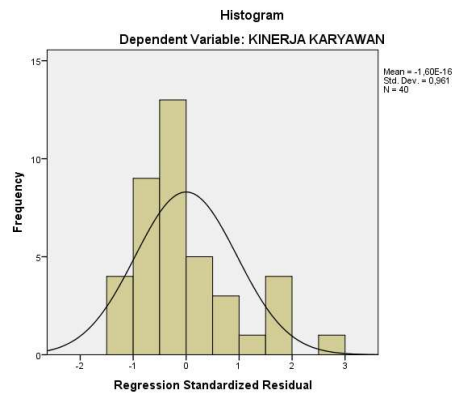
D. Analisis data

1. Uji Asumsi Klasik

Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan data penelitian yang digunakan adalah data primer, maka untuk memenuhi syarat yang ditentukan dalam penggunaan model regresi linier berganda perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu : uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini dapat dilakukan melalui analisis grafik Berikut hasil uji grafik histogram dan grafik normal probability plot yang digunakan pada penelitian ini, dijelaskan pada gambar 4.2.

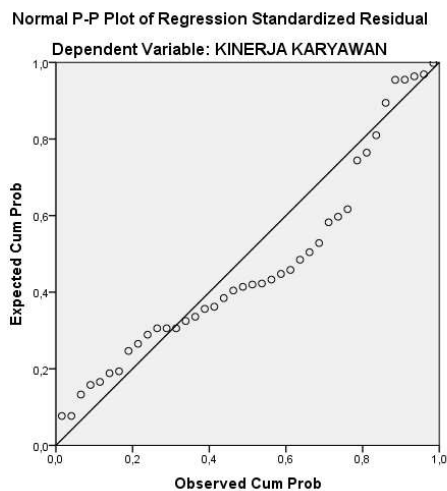


Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram

Sumber: Output SPSS dari data primer yang telah diolah

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan gambar tersebut sudah memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data memiliki puncak tepat di tengah-tengah titik nol membagi 2 sama besar dan tidak memenceng ke kanan maupun ke kiri, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.3

Uji Normalitas Grafik *normal probability plot*

Sumber: Output SPSS dari data primer yang telah diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan gambar tersebut sudah memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Berikut hasil uji multikolinieritas dari analisis matrik korelasi antar variabel independen dan perhitungan nilai Tolerance dan VIF, ditunjukkan pada tabel 4.8.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

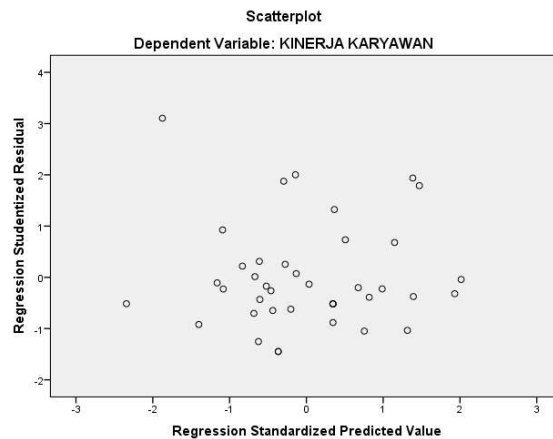
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	INOVASI	.445	2.245
	HARGA	.928	1.078

Sumber : data diolah 2023

Pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak terjadi korelasi atau tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa variabel inovasi dan harga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,445 ; 0,928 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 2,245 ; 1,078 yang lebih kecil dari 10, dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas, hal ini berarti antar variabel independen tidak terjadi korelasi.

c. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dengan menggunakan grafik scatterplot di tunjukan pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4
Grafik Scaterplots

Sumber: Output SPSS dari data primer yang telah diolah. 2023.

Berdasarkan gambar 4.4 yang ditunjukkan oleh grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan komputer program statistik SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for Windows versi 23 diperoleh hasil analisis seperti terangkum pada tabel 4.9

Tabel 4.9

Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.478	4.349		1.949	.059
1 INOVASI	.541	.212	.396	2.554	.015
HARGA	.265	.107	.266	2.480	.018

Sumber: Output SPSS dari data primer yang telah diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil uji analisis yaitu $Y = 8,478 + 0,541 X_1 + 0,265 X_2 + \epsilon$ persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

- a. Konstanta = 8,478 satuan.

Jika variabel inovasi (X_1), harga (X_2) = 0, maka kepuasan konsumen (Y) akan menjadi 8,478 satuan.

- b. Koefisien $X_1 = 0,541$ satuan.

Setiap penambahan 1 satuan variabel ada inovasi (X_1), dengan harga (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,541 satuan.

- c. Koefisien $X_2 = 0,265$ satuan

Setiap penambahan 1 satuan variabel harga (X_2), dengan asumsi inovasi (X_1) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,265 satuan.

- d. Variabel yang menunjukkan pengaruh yang paling dominan adalah koefisien X1 atau variabel inovasi yaitu dengan koefisien regresi sebesar 0,541 satuan.

3. Koefisien Determinasi

Berikut hasil koefisien determinasi dari dua variabel bebas pada penelitian ini, yaitu adalah inovasi dan harga dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.784 ^a	.614	.582

Sumber: Output SPSS dari data primer yang telah diolah, 2023.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.10 diperoleh nilai Adjusted R² sebesar 0,582. dengan demikian menunjukkan bahwa adalah inovasi dan harga dapat menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 58,2% dan sisanya yaitu 41,8% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

E. Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berikut hasil pengujian secara parsial pada penelitian ini menggunakan uji t yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5% dijelaskan pada tabel 4.11.

Tabel 4.11
Hasil Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.478	4.349		1.949	.059
1 INOVASI	.541	.212	.396	2.554	.015
HARGA	.265	.107	.266	2.480	.018

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber: Output SPSS dari data primer yang telah diolah, 2023

a. Pengujian hipotesis 1

H₀: β_1 = inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H_a: β_1 = inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS for windows versi 23 dalam tabel 4.11 diperoleh nilai signifikan variabel inovasi adalah 0,015. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel inovasi < 0,05 yang berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. inovasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengujian hipotesis 2

H₀ : β_2 = harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H_a : β_2 = harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS for windows versi 23 dalam tabel 4.11 diperoleh nilai signifikan variabel harga adalah 0,018. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel harga < 0,05 yang berarti

H₀ ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian ini adalah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Berikut hasil pengujian secara simultan menggunakan uji F

Tabel 4.12
Hasil Uji F (Simultan)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	451.820	3	150.607	19.113	.000 ^b
Residual	283.680	36	7.880		
Total	735.500	39			

Sumber: Output SPSS dari data primer yang telah diolah, 2021.

Berdasarkan hasil perhitungan pada *SPSS for windows* versi 23 dalam tabel 4.12 diperoleh nilai signifikan adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F variabel inovasi dan harga < 0,05 yang berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian simultan ini adalah inovasi dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

F. Pembahasan

1. Pengaruh Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan pada *SPSS for windows* versi 23 dalam tabel 4.11 diperoleh nilai signifikan variabel harga adalah 0,015. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel harga < 0,05 yang

berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hutagalung dan Hermawan (2018) menyatakan bahwa inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun objek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi sering digunakan juga merujuk pada perubahan yang dipandang baru oleh masyarakat yang berpengalaman. Namun, dalam konteks pemasaran dan perilaku konsumen, inovasi dikaitkan dengan produk atau layanan baru. New merujuk pada produk yang belum pernah ada di pasaran sebelumnya dan baru dalam artian ada berbagai hal yang merepresentasikan perbaikan atau perbaikan dari produk sebelumnya yang telah ditemui konsumen di pasar. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Miati (2019) meneliti tentang “Pengaruh Inovasi Produk terhadap kepuasan konsumen Handycrafts pada sentra kerajinan bambu Mangku bumi Kota Tasikmalaya” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Handycrafts pada sentra kerajinan bambu Mangku bumi Kota Tasikmalaya.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan pada *SPSS for windows* versi 23 dalam tabel 4.11 diperoleh nilai signifikan variabel harga adalah 0,018. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel harga $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian ini adalah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat

Kotler dan Armstrong (2018:308) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk barang atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk manfaat menggunakan atau memiliki suatu barang atau jasa. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Susiladewi (2020) Dengan Judul Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupi Datu Banjar Baru, Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Pengaruh Inovasi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan pada *SPSS for windows* versi 23 dalam tabel 4.12 diperoleh nilai signifikan adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F variabel inovasi dan harga $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian simultan ini adalah inovasi dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.