

BAB IV HASIL ANALISIS PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Didalam penelitian ini responden yang diambil ialah konsumen atau pelanggan dari *Bourjuis Cafe* yang sedang melakukan pembelian produk di *Bourjuis Cafe* dan minimal sudah pernah mengunjungi *Bourjuis Cafe* sebanyak 2 kali. Responden mengisi beberapa pernyataan tentang bauran pemasaran (12 pernyataan tentang produk, 8 pernyataan tentang harga, 4 pernyataan tentang tempat, 6 pernyataan tentang promosi, 5 pernyataan tentang orang, 10 pernyataan tentang *physical evidence*, dan 5 pernyataan tentang proses) serta 5 pernyataan tentang loyalitas pelanggan.

Pernyataan tersebut diukur menggunakan skala likert, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) 2 (tidak setuju) 3 (netral) 4 (setuju) 5 (sangat setuju). Semakin tinggi skala likert yang dipilih responden, menunjukkan bahwa responden semakin mendukung pernyataan yang disajikan dalam kuesioner.

4.1.1 Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1 menunjukkan responden berdasarkan usia:

**Tabel 4. 1
Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase (%)
<17 Tahun	5	5,2
17 - 25 Tahun	70	72,92
26 – 35 Tahun	11	11,46
36 – 45 Tahun	9	9,38
>45 Tahun	1	1,04
Jumlah	96	100

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui dari 96 responden yang mengunjungi dan berbelanja di *Bourjuis Cafe* usia responden paling banyak berusia 17-25 tahun sebanyak 70 responden, lalu responden berusia 26-35 tahun sebanyak 11 responden, berusia 36-45 tahun sebanyak 9 responden, dibawah 17

tahun sebanyak 5 responden dan diatas 45 tahun sebanyak 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung *Bourjuis Cafe* adalah anak muda.

4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 menunjukkan data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4. 2
Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki laki	60	62,5
Perempuan	36	37,5
Jumlah	96	100

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel 4.2 menunjukkan distribusi responden menurut jenis kelamin, dari 96 responden yang berkunjung dan berbelanja di *Bourjuis Cafe*, mayoritas responden sebanyak 60 responden adalah laki-laki dan 36 responden adalah perempuan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riswan dalam (Rasmikayati et al. 2017) bahwa perilaku minum kopi biasanya didominasi oleh laki-laki.

4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 menunjukkan responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4. 3
Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	48	50
Pegawai Swasta	21	21,88
Wiraswasta	22	22,92
PNS	4	4,16
Polisi	1	1,04
Jumlah	96	100

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dalam tabel 4.3 Pelajar/ Mahasiswa menjadi mayoritas responden dengan jumlah 50% dari 96 responden, lalu sebanyak 22 responden bekerja sebagai

wiraswasta, dan 21 responden adalah pegawai swasta. Sisanya 4 responden bekerja sebagai pegawai negeri sipil dan 1 orang responden adalah polisi.

4.1.4 Gambaran Umum Berdasarkan Domisili

Berikut adalah data responden berdasarkan domisili:

Tabel 4. 4
Domisili

Kecamatan/ Kota	Jumlah	Persentase (%)
Kendal	37	38,54
Patebon	8	8,33
Pegandon	5	5,21
Cepiring	7	7,30
Kaliwungu	7	7,30
Weleri	16	16,67
Ngampel	2	2,08
Gemuh	4	4,16
Brangsong	2	2,08
Batang	1	1,04
Semarang	5	5,21
Kangkung	2	2,08
Jumlah	96	100

Sumber: Data primer diolah, 2020

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen *Bourjuis Cafe* berasal dari kecamatan di kabupaten kendal bagian utara, yaitu 37 responden dari kecamatan Kendal Kota, 8 responden dari kecamatan Patebon, sisanya berasal dari kecamatan-kecamatan di sekitar *Bourjuis Cafe*. Namun juga ditemukan responden dari kecamatan yang jauh dari *Bourjuis Cafe*, yaitu dari kecamatan Weleri sebanyak 16 responden dan juga konsumen dari luar Kabupaten Kendal, yaitu dari Kota Semarang sebanyak 5 responden dan Kabupaten Batang sebanyak 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen *Bourjuis Cafe* tidak hanya datang dari kecamatan sekitar, namun juga dari luar kota yang menurut wawancara yang peneliti lakukan mereka berkunjung untuk bertemu teman atau urusan pekerjaan.

4.1.5 Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Usia-Pekerjaan

Tabel 4. 5

Pada tabel 4.5 menunjukkan data tabulasi silang antara usia dan pekerjaan

		Pekerjaan					Total
		Pelajar/ Mahasiswa	Pegawai Swasta	Wiraswasta	PNS	Polisi	
Usia	Count	5	0	0	0	0	5
	% of Total	5,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,2%
17-25	Count	43	16	9	1	1	70
	% of Total	44,8%	16,7%	9,4%	1,0%	1,0%	72,9%
26-35	Count	0	4	7	0	0	11
	% of Total	0,0%	4,2%	7,3%	0,0%	0,0%	11,5%
36-45	Count	0	1	5	3	0	9
	% of Total	0,0%	1,0%	5,2%	3,1%	0,0%	9,4%
>45	Count	0	0	1	0	0	1
	% of Total	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Total	Count	48	21	22	4	1	96
	% of Total	50,0%	21,9%	22,9%	4,2%	1,0%	100,0%

Sumber: data primer diolah, 2020

Dari tabulasi silang karakteristik responden berdasarkan usia dan pekerjaan pada tabel 4.5 dapat dikatakan bahwa sebanyak 44,83% responden berusia 17-25 tahun dan berstatus pelajar/mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa *Bourjuis Cafe* digemari oleh kalangan anak muda dan karena lokasinya yang berdekatan dengan beberapa sekolah atau universitas di Kabupaten Kendal seperti SMP 2 Patebon, SMA Negeri 1 Kendal, SMK Negeri 1 Kendal, SMK Negeri 2 Kendal dan juga Universitas Selamat Sri.

4.1.6 Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Pekerjaan-Penghasilan

Pada tabel 4.6 menunjukkan data tabulasi silang antara pekerjaan dan penghasilan

Tabel 4.6

		Penghasilan					Total
		< Rp1.000.000,0,-	Rp 1.000.001 – Rp 3.000.000,-	Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000,-	Rp 5.000.001 – Rp 7.000.000,-	>Rp 7.000.000,0,-	
Pekerjaan Pelajar/ Mahasiswa	Count	21	26	1	0	0	48
	% of Total	21,9%	27,1%	1,0%	0,0%	0,0%	50,0%
Pegawai Swasta	Count	0	13	6	2	0	21
	% of Total	0,0%	13,5%	6,3%	2,1%	0,0%	21,9%
Wiraswasta	Count	0	8	8	3	3	22
	% of Total	0,0%	8,3%	8,3%	3,1%	3,1%	22,9%
PNS	Count	0	0	2	2	0	4
	% of Total	0,0%	0,0%	2,1%	2,1%	0,0%	4,2%
Polisi	Count	0	1	0	0	0	1
	% of Total	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Total	Count	21	48	17	7	3	96
	% of Total	21,9%	50,0%	17,7%	7,3%	3,1%	100,0%

Sumber: data primer diolah, 2020

Pada tabel 4.6 responden berstatus pelajar/ mahasiswa dan memiliki pendapatan sebesar Rp 1.000.001 s/d Rp 3.000.000,- sebanyak 26 orang atau 27,1% dan pelajar/ mahasiswa yang memiliki pendapatan dibawah Rp1.000.000,- sebanyak 21 orang atau 21,9%. Dalam hal ini pendapatan yang didapatkan orang yang bekerja dengan pelajar/ mahasiswa pasti berbeda, dimana orang yang sudah bekerja mendapatkan penghasilan berupa gaji sedangkan untuk pelajar/

mahasiswa masih mendapatkan uang saku. Uang saku adalah uang yang diberikan oleh pihak lain seperti orang tua atau wali.

4.1.7 Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Usia-Pengeluaran

Pada tabel 4.7 menyajikan data tabulasi silang antara usia dan pekerjaan

Tabel 4. 7

		Pengeluaran						Total
		<Rp 25.000,-	Rp 25.001,- s/d Rp 75.000,-	Rp 75.000,- s/d Rp 100.000,-	Rp 100.001,- s/d Rp 150.000,-	Rp 150.001,- s/d Rp 200.000,-	>Rp 200.000,-	
Usia <17	Count	0	5	0	0	0	0	5
	% of Total	0,0%	5,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,2%
17-25	Count	19	45	4	1	0	1	70
	% of Total	19,8%	46,9%	4,2%	1,0%	0,0%	1,0%	72,9%
26-35	Count	0	7	3	0	1	0	11
	% of Total	0,0%	7,3%	3,1%	0,0%	1,0%	0,0%	11,5%
36-45	Count	0	7	1	1	0	0	9
	% of Total	0,0%	7,3%	1,0%	1,0%	0,0%	0,0%	9,4%
>45	Count	0	0	1	0	0	0	1
	% of Total	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Total	Count	19	64	9	2	1	1	96
	% of Total	19,8%	66,7%	9,4%	2,1%	1,0%	1,0%	100,0%

Sumber: data primer diolah, 2020

Pada tabel 4.7 dapat dikatakan bahwa sebanyak 45 orang atau 46,9% responden dalam penelitian berusia 17-25 tahun dan untuk sekali makan dan minum di *Bourjuis Cafe* mereka mengeluarkan Rp 25.001,- s/d Rp 75.000,-. Harga menu di *Bourjuis Cafe* untuk secangkir *cappucino* yaitu Rp 22.000,-, untuk snack seperti *french fries* atau *onion ring* Rp 15.000,- dan untuk makan besar seperti *chicken katsu* atau nasi goreng sebesar Rp 25.000,-. Berdasarkan pengamatan, pada umumnya responden memsani lebih dari satu menu, seperti satu minuman dan satu snack, satu makanan dan satu minuman, atau beberapa snack. Dengan demikian maka dapat dipahami jika *interval range* untuk satu kali makan

atau minum di *Bourjuis Cafe* membutuhkan anggaran sebesar Rp 25.000,- s/d Rp 75.000,-.

4.1.8 Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Datang Dengan Siapa-Tahu Dari Mana

Pada tabel 4.8 menyajikan data tabulasi silang antara datang dengan siapa dan tahu *Bourjuis Cafe* dari mana

Tabel 4. 8

		Tahu Bourjuis Dari Mana				Total	
		Keluarga	Teman	Media Sosial	Melihat Lokasi		
Dengan Siapa	Keluarga	Count	2	4	1	0	7
		% of Total	2,1%	4,2%	1,0%	0,0%	7,3%
Teman		Count	2	59	10	7	78
		% of Total	2,1%	61,5%	10,4%	7,3%	81,3%
Pacar		Count	0	0	3	0	3
		% of Total	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	3,1%
Sendiri		Count	1	6	1	0	8
		% of Total	1,0%	6,3%	1,0%	0,0%	8,3%
Total		Count	5	69	15	7	96
		% of Total	5,2%	71,9%	15,6%	7,3%	100,0%

Sumber: data primer diolah, 2020

Dari tabulasi silang karakteristik responden berdasarkan dengan siapa responden datang dan tahu dari mana responden tentang *Bourjuis Cafe* pada tabel 4.8 mayoritas respondensebanyak 59 orang atau 61,6% datang ke *Bourjuis Cafe* dengan teman dan tahu *Bourjuis Cafe* juga dari teman. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden datang ke *Bourjuis Cafe* untuk sekedar berkumpul atau mengobrol dengan teman-temannya, selain itu referensi dari teman menunjukkan skor paling tinggi yang berarti mayoritas responden berjunjung ke *Bourjuis Cafe* karena diajak atau mendapatkan referensi teman.

Satu hal yang peneliti temukan dari pengumpulan data adalah sebanyak 7 orang mengisi kuesioner terbuka dengan menyebutkan bahwa mereka mengetahui *Bourjuis Cafe* karena tidak sengaja lewat dan melihat *Bourjuis Cafe* dari jalan dan akhirnya memutuskan untuk berjunjung.

4.2. Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran

Analisis persepsi digunakan untuk menjelaskan dan meringkas tanggapan pernyataan yang dipilih responden terkait variabel bauran pemasaran, citra merek, dan minat beli. Angka dari pernyataan yang dipilih oleh responden akan dengan membuat rata rata dengan membagi total tanggapan dengan jumlah jawaban per item dan membuatnya kategori sesuai dengan skala likert namun lebih disederhanakan agar lebih memudahkan untuk menginterpretasikannya.

4.2.1 Persepsi Bauran Produk

Pada tabel 4.9 menunjukkan analisa deskriptif variabel bauran produk

Tabel 4.9
Analisa Deskriptif Variabel Bauran Produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	total	Rata-rata	Kate Gori
1	Warna makanan di <i>Bourjuis Cafe</i> terlihat menarik	0	5	33	40	16	349	3,64	Sedang
2	Warna minuman di <i>Bourjuis Cafe</i> terlihat menarik	2	5	12	57	20	376	3,91	Tinggi
3	Makanan di <i>Bourjuis Cafe</i> memiliki porsi yang pas	0	9	36	45	6	336	3,5	Sedang
4	Minuman di <i>Bourjuis Cafe</i> memiliki porsi yang pas	2	7	28	52	7	343	3,57	Sedang
5	Desain atau plating dari penyajian makanan di <i>Bourjuis Cafe</i> bagus	4	10	41	31	10	321	3,34	Sedang
6	Desain atau plating dari penyajian minuman di <i>Bourjuis Cafe</i> bagus	0	2	28	43	23	375	3,90	Tinggi
7	Makanan di <i>Bourjuis Cafe</i> memiliki rasa yang enak	3	0	54	33	6	327	3,41	Sedang
8	Minuman di <i>Bourjuis Cafe</i> memiliki rasa yang enak	3	0	40	39	14	349	3,63	Sedang
9	Aroma minuman di <i>Bourjuis Cafe</i> menggugah selera	1	4	54	28	9	328	3,42	Sedang
10	Aroma makanan di <i>Bourjuis Cafe</i> menggugah selera	3	2	66	22	3	308	3,21	Sedang
11	Tekstur dari makanan di <i>Bourjuis Cafe</i> sesuai dengan jenis makanannya (contoh: Ayam <i>katsu</i> yang disajikan memiliki tekstur yang empuk dan renyah)	0	3	48	33	12	342	3,56	Sedang
12	Menu di <i>Bourjuis Cafe</i> beragam	0	4	29	38	25	372	3,88	Tinggi
							4126	3,58	Sedang

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel 4.9 menunjukkan total rata-rata dari variabel bauran pemasaran produk adalah 3,58 hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan nilai rata-rata sedang dengan pernyataan variabel bauran produk, yang berarti produk di *Bourjuis Cafe* masih standar, biasa saja atau tidak ada yang spesial dan harus banyak melakukan inovasi dan perbaikan pada produknya, contohnya seperti aroma makanan, plating makanan, rasa makanan dan aroma minuman yang memiliki nilai rendah yaitu dibawah 3.5. Untuk beberapa pernyataan di bauran produk ini memiliki skor tinggi seperti ”Warna minuman di *Bourjuis Cafe* terlihat menarik” dengan skor 3.91, “Desain atau plating dari penyajian minuman di *Bourjuis Café* bagus” dengan skor 3.90, dan “Menu di *Bourjuis Cafe* beragam” dengan skor 3.88.

Sebanyak 10 responden yang peneliti wawancara dan mengisi kuesioner terbuka mengatakan bahwa produk makanan di *Bourjuis Cafe* memiliki rasa biasa saja, dan beberapa makanan dan snack memiliki porsi yang kecil.

4.2.2 Persepsi Bauran Harga

Pada tabel 4.10 menunjukkan analisa deskriptif variabel bauran harga

Tabel 4. 10
Analisa Deskriptif Variabel Persepsi Bauran Harga

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total	Rata-rata	Kate Gori
1	Harga makanan di <i>Bourjuis Cafe</i> relatif murah	2	8	63	13	10	309	3,22	Sedang
2	Harga minuman di <i>Bourjuis Cafe</i> relatif murah	6	12	54	10	14	302	3,16	Sedang
3	Harga makanan di <i>Bourjuis Café</i> sesuai dengan kualitas produk	0	7	49	27	13	334	3,48	Sedang
4	Harga minuman di <i>Bourjuis Café</i> sesuai dengan kualitas produk	2	6	47	32	9	328	3,42	Sedang
5	Harga makanan di <i>Bourjuis Café</i> sesuai dengan kualitas pelayanan	0	3	48	41	4	334	3,48	Sedang
6	Harga minuman di <i>Bourjuis Café</i> sesuai dengan kualitas pelayanan	2	3	40	41	10	342	3,56	Sedang
7	Harga makanan di <i>Bourjuis Café</i> sesuai dengan porsi	2	13	35	37	9	326	3,40	Sedang
8	Harga minuman di <i>Bourjuis Café</i> sesuai dengan porsi	0	4	41	41	10	345	3,6	Sedang
							611	3,41	Sedang

Sumber:Data primer diolah, 2020

Persepsi bauran harga pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan memiliki rata-rata nilai sedang dengan rata-rata nilai 3,41. Hal ini berarti responden merasa bahwa harga di *Bourjuis Cafe* standar atau biasa-biasa saja dan berarti konsumen merasa kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan di *Bourjuis Cafe* belum cukup memuaskan dibandingkan harga yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk tersebut. Hal ini dapat dilihat dari seluruh item pada persepsi bauran harga memiliki nilai dibawah 3.5, dan hanya 2 item yang memiliki nilai diatas 3.5.

4.2.3 Persepsi Bauran Tempat

Pada tabel 4.11 menunjukkan analisa deskriptif variabel bauran tempat

Tabel 4. 11
Analisa Deskriptif Variabel BauranTempat

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total	Rata-rata	Kate Gori
1	Lokasi <i>Bourjuis café</i> mudah dijangkau dengan transportasi pribadi	0	8	18	49	21	371	3,86	Tinggi
2	Lokasi <i>Bourjuis café</i> mudah dijangkau dengan transportasi umum	13	42	28	8	5	238	2,48	Rendah
3	Lokasi <i>Bourjuis Cafe</i> dapat dengan jelas dilihat dari tepi jalan	0	11	25	47	13	350	3,65	Sedang
4	Lokasi <i>Bourjuis Cafe</i> strategis	0	9	43	29	15	338	3,52	Sedang
5	Adanya tempat makan atau restoran di dekat <i>Bourjuis Cafe</i> yang lebih menarik	10	21	44	14	7	275	2,86	Rendah
							1572	3,27	Sedang

Sumber:Data primer diolah, 2020

Pada persepsi bauran tempat di tabel 4.11 memiliki rata-rata nilai sedang sebesar 3,27, hal ini berarti lokasi *Bourjuis Cafe* dinilai kemudahan akses untuk ke *Bourjuis Cafe* belum cukup mudah dengan nilai tertinggi pada pernyataan “Lokasi *Bourjuis Cafe* mudah dijangkau dengan transportasi pribadi” dengan rata-rata 3,86 dan nilai terendah pada pernyataan “Lokasi *Bourjuis Cafe* mudah dijangkau dengan transportasi umum” dengan rata-rata nilai rata-rata 2,48. Hal ini dikarenakan *Bourjuis Cafe* terletak di jalan tembus patebon yang merupakan jalan arteri yang tidak dilewati oleh transportasi umum.

Sebanyak 5 responden yang peneliti wawancara menyatakan bahwa lokasi *Bourjuis Cafe* tidak terlihat dari jalan sehingga terkadang responden tidak sadar telah melewati *Bourjuis Cafe*.

4.2.4 Persepsi Bauran Promosi

Pada tabel 4.12 menunjukkan analisa deskriptif variabel bauran promosi

Tabel 4.12
Analisa Deskriptif Variabel Persepsi Bauran Promosi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total	Rata-rata	Kate Gori
1	Saya mengetahui <i>Bourjuis Cafe</i> melalui media sosial (Instagram, Facebook)	5	28	27	20	16	302	3,16	Sedang
2	Pamflet acara maupun promosi dari <i>Bourjuis Cafe</i> menarik	7	11	48	24	6	299	3,15	Sedang
3	<i>Neon Box</i> atau papan nama <i>Bourjuis Cafe</i> terlihat jelas	2	4	42	36	12	340	3,54	Sedang
4	<i>Neon Box</i> atau papan nama <i>Bourjuis Cafe</i> terlihat menarik	0	7	42	36	11	339	3,53	Sedang
5	Acara-acara yang ditawarkan oleh <i>Bourjuis Cafe</i> menarik	2	8	57	24	5	310	3,23	Sedang
6	Saya makan di <i>Bourjuis Cafe</i> karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain	6	15	35	25	15	316	3,29	Sedang
							1906	3,32	Sedang

Sumber: Data primer diolah, 2020

Tabel 4.12 menunjukkan analisa deskriptif bauran promosi dengan seluruh pernyataan memiliki nilai rata-rata sedang. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola *cafe* harus mengevaluasi dan memaksimalkan cara promosinya agar lebih menarik dan mengundang banyak pengunjung untuk mengunjungi *Bourjuis Cafe* karena promosi yang dilakukan oleh *Bourjuis Cafe* saat ini masih belum efektif dan menarik untuk pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari seluruh item yang terdapat pada persepsi bauran promosi hanya 2 item yang memiliki nilai lebih dari 3.5.

4.2.5 Persepsi Bauran *People*

Pada tabel 4.13 menunjukkan analisa deskriptif variabel bauran *People*

Tabel 4. 13
Analisa Deskriptif Variabel Persepsi *People*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total	Rata-rata	Kategori
1	Karyawan <i>Bourjuis Cafe</i> memiliki sikap yang sopan	2	2	18	51	23	379	3,95	Tinggi
2	Karyawan <i>Bourjuis Cafe</i> memiliki sikap yang ramah	2	2	19	54	20	376	3,92	Tinggi
3	Karyawan <i>Bourjuis Cafe</i> mampu menjelaskan menu dengan baik	0	2	39	45	10	351	3,66	Sedang
4	Karyawan <i>Bourjuis Cafe</i> selalu tanggap saat melayani konsumennya	0	3	33	44	16	361	3,76	Tinggi
5	Karyawan <i>Bourjuis Cafe</i> mampu menangani keluhan dengan baik	0	3	43	38	12	347	3,61	Sedang
							1814	3,78	Tinggi

Sumber:Data primer diolah, 2020

Bauran persepsi *People* memiliki rata-rata nilai paling tinggi dari seluruh bauran yang ada, dengan nilai rata-rata 3,78 atau dalam kategori tinggi, yang berarti kinerja karyawan di *Bourjuis Cafe* sudah cukup baik, namun responden masih memiliki persepsi yang sedang pada pernyataan “Karyawan *Bourjuis Cafe* mampu menjelaskan menu dengan baik” dan “Karyawan *Bourjuis Cafe* mampu menangani keluhan dengan baik”, dari nilai pada pernyataan tersebut pihak pengelola harus lebih melatih karyawan agar dapat menjelaskan menu dan menangani keluhan dengan lebih baik.

4.2.6 Persepsi Bauran *Physical Evidence*

Pada tabel 4.14 menunjukkan analisa deskriptif variabel bauran *Physical Evidence*

Tabel 4. 14
Analisa Deskriptif Variabel Persepsi *Physical Evidence*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total	Rata-rata	Kategori
1	Desain interior <i>Bourjuis Cafe</i> terlihat menarik	2	0	40	39	15	353	3,68	Tinggi
2	Desain eksterior <i>Bourjuis Cafe</i> terlihat menarik	2	0	41	39	14	351	3,66	Sedang
3	Peralatan makan yang digunakan di <i>Bourjuis Cafe</i> bersih	0	1	13	61	21	390	4,06	Tinggi
4	Penampilan atau cara berpakaian karyawan <i>Bourjuis Cafe</i> terlihat rapi	2	3	37	46	8	343	3,57	Sedang
5	Koneksi <i>Wi-fi</i> di <i>Bourjuis Cafe</i> kencang	0	7	51	32	6	325	3,39	Sedang
6	Suasana <i>café</i> di <i>Bourjuis Cafe</i> terasa nyaman	2	2	21	60	11	364	3,8	Tinggi
7	<i>Bourjuis Cafe</i> menyediakan stop kontak yang cukup	17	15	34	22	8	277	2,89	Sedang
8	Kapasitas tempat parkir di <i>Bourjuis Cafe</i> cukup luas	8	30	31	21	6	275	2,86	Sedang
9	Toilet di <i>Bourjuis Cafe</i> bersih	2	4	50	33	7	327	3,41	Sedang
10	Musik yang disajikan di <i>Bourjuis Cafe</i> membuat suasana nyaman	6	5	28	40	17	345	3,59	Sedang
							3350	3,49	Sedang

Sumber: Data primer diolah, 2020

Data analisa persepsi yang disajikan pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa persepsi bauran *physical evidence* memiliki rata-rata 3,49 yang masuk dalam kategori sedang, dengan nilai pernyataan paling tinggi “Peralatan yang digunakan di *Bourjuis Cafe* bersih” dengan nilai rata-rata 4,06. Dari data tersebut pengelola *Cafe* dirasa perlu memperbaiki beberapa hal karena untuk beberapa persepsi memiliki nilai dibawah 3, seperti “*Bourjuis Cafe* menyediakan stop kontak yang cukup” dan juga “Kapasitas tempat parkir di *Bourjuis Cafe* cukup luas”.

Hal ini didukung oleh beberapa responden yang mengisi kuesioner terbuka pada persepsi bauran *physical evidence* yang menyatakan bahwa *Bourjuis Cafe* dirasa perlu menambahkan stop kontak, karena stop kontak di *Bourjuis Cafe* masih sangat terbatas bahkan kurang, karena pada saat ini *gadget* adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh konsumen, dimana stop kontak menjadi hal yang sangat penting untuk konsumen, karena konsumen datang ke *cafe* bukan hanya untuk

sekedar meminum kopi, tapi juga untuk mengerjakan tugas atau mengerjakan pekerjaan dan mereka membutuhkan stop kontak untuk tetap menjaga *gadget* mereka agar tetap menyala. Selain itu tidak sedikit konsumen yang mengeluhkan tempat parkir di *Bourjuis Cafe* masih sangat terbatas dan kurang luas.

4.2.7 Persepsi Bauran Proses

Persepsi konsumen pada bauran proses yang ditunjukkan oleh tabel 4.15 memiliki rata-rata nilai sedang, hal ini berarti persepsi konsumen terhadap prosedur, mekanisme dan aktivitas dari layanan yang diberikan *Bourjuis Cafe* masih belum cukup memuaskan. Persepsi tertinggi pada pernyataan "Proses transaksi pemesanan makanan dan produk dilakukan dengan akurat oleh karyawan *Bourjuis Cafe*" dengan nilai 3,67 dan pengelola harus memperhatikan metode pembayaran di *Bourjuis Cafe* karena memiliki rata-rata nilai dibawah 3, sebaiknya pengelola memberikan lebih banyak pilihan cara pembayaran agar konsumen lebih mudah dalam melakukan transaksi pembayaran karena saat ini sudah banyak pilihan kartu debit, kredit maupun *e-wallet* yang dapat digunakan.

Tabel 4. 15
Analisa Deskriptif Variabel Bauran Proses

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total	Rata-rata	Kate Gori
1	Proses transaksi pemesanan makanan dan produk dilakukan dengan akurat oleh karyawan <i>Bourjuis Cafe</i>	0	3	36	47	10	352	3,67	Tinggi
2	Proses penyajian produk dilakukan secara cepat oleh karyawan <i>Bourjuis Cafe</i>	0	3	43	41	9	344	3,58	Sedang
3	Proses penanganan komplain dilakukan dengan baik oleh karyawan <i>Bourjuis Cafe</i>	0	0	52	35	9	341	3,55	Sedang
4	Proses pembayaran pesanan dilakukan dengan cepat oleh karyawan <i>Bourjuis Cafe</i>	2	3	37	44	10	345	3,59	Sedang
5	Metode pembayaran di <i>Bourjuis Café</i> beragam (menerima pembayaran kartu debit, kartu kredit, OVO, Go-Pay dan sejenisnya)	10	21	39	18	8	281	2,93	Sedang
							1663	3,46	Sedang

Sumber: Data primer diolah, 2020

4.3 Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas pelanggan

Persepsi konsumen terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan oleh tabel 4.16 memiliki rata-rata nilai sedang dengan, dengan nilai 3,49. Persepsi tertinggi pada pernyataan ”Saya akan membeli menu lain yang ditawarkan oleh *Bourjuis Cafe*.” Sebesar 3,76 dan “Saya akan melakukan pembelian ulang di *Bourjuis Cafe*” sebesar 3,75. Item nomor 3 memiliki nilai terendah yang berarti kualitas produk *Bourjuis Cafe* masih belum layak untuk dipatok dengan harga yang lebih tinggi, manajemen *Bourjuis Cafe* harus lebih memperhatikan kualitas produknya.

Tabel 4. 16
Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	total	Rata-rata	Kategori
1	Saya akan melakukan pembelian ulang di <i>Bourjuis Café</i> .	2	0	36	40	18	360	3,75	Tinggi
2	Saya akan membeli menu lain yang ditawarkan oleh <i>Bourjuis Cafe</i> .	0	3	32	46	15	361	3,76	Tinggi
3	Apabila harga produk di <i>Bourjuis Café</i> naik, saya akan tetap membeli produk di <i>Bourjuis Café</i>	12	7	53	22	2	283	2,95	Sedang
4	Saya akan mengatakan hal-hal baik atau positif tentang <i>Bourjuis Café</i>	2	3	51	30	10	331	3,45	Sedang
5	Saya akan merekomendasikan <i>Bourjuis Café</i> kepada orang lain	2	3	43	38	10	339	3,53	Sedang
							1674	3,49	Sedang

Sumber: Data primer diolah, 2020

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengukur kekuatan keterkaitan antara variabel-variabel independen yang digunakan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 17
Uji Regresi Berganda& Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,750	2,238		2,122	,037
x1	,066	,059	,132	1,114	,268
x2	,146	,081	,242	1,815	,073
x3	,004	,137	,004	,028	,978
x4	,081	,081	,111	,999	,321
x5	-.003	,124	-.003	-.021	,984
x6	,158	,088	,278	1,804	,075
x7	-.075	,122	-.076	-.618	,538

Sumber: Data primer diolah, 2020

4.4.1 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi berganda pada tabel 4.17 dapat disimpulkan persamaan regresi berganda yang ada menjadi :

$$Y = 4,750 + 0.066 X_1 + 0.146 X_2 + 0.004 X_3 + 0.081 X_4 - 0.003 X_5 + 0.158 X_6 - 0.075 X_7$$

Dari hasil tersebut dapat diartikan:

1. Nilai konstanta adalah positif 4,750 hal ini menyatakan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas *product* (X1), *price* (X2), *place* (X3), *promotion* (X4), *people* (X5), *physical evidence* (X6), dan *process* (X7) maka nilai dari variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 4,750. Hal ini menunjukkan adanya faktor lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian di *Bourjuis Cafe*, selain *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, *process*.
2. Nilai koefisien regresi dari variabel bebas *Price* (X₂) adalah positif 0,146, Nilai koefisien tersebut mengandung arti jika nilai variabel

bebas X_2 ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan nilai dari variabel terikat yaitu Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,146 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yang lain adalah konstan atau nol.

3. Nilai koefisien regresi dari variabel bebas *Place* (X_3) adalah 0,004 Nilai koefisien tersebut mengandung arti jika nilai variabel bebas X_3 ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan nilai dari variabel terikat yaitu Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,004 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yang lain adalah konstan atau nol.
4. Nilai koefisien regresi dari variabel bebas *Promotion* (X_4) adalah 0,081 Nilai koefisien tersebut mengandung arti jika nilai variabel bebas X_4 ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan nilai dari variabel terikat yaitu Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,081 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yang lain adalah konstan atau nol.
5. Nilai koefisien regresi dari variabel bebas *people* (X_5) adalah -0,003 Nilai koefisien tersebut mengandung arti jika nilai variabel bebas X_5 ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan penurunan nilai dari variabel terikat yaitu Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,003 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yang lain adalah konstan atau nol.
6. Nilai koefisien regresi dari variabel bebas *physical evidence* (X_6) adalah 0,158 Nilai koefisien tersebut mengandung arti jika nilai variabel bebas X_6 ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan nilai dari variabel terikat yaitu Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,158 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yang lain adalah konstan atau nol.
7. Nilai koefisien regresi dari variabel bebas *process* (X_7) adalah -0,075 Nilai koefisien tersebut mengandung arti jika nilai variabel bebas X_7 ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan penurunan

nilai dari variabel terikat yaitu Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,134 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa nilai dari variabel bebas yang lain adalah konstan atau nol.

4.4.2 Pengujian Pengaruh Secara Parsial (T-Test)

Uji statistik pengaruh variabel secara parsial atau t-test pada dasarnya digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel maka hipotesis yang dibuat dapat diterima atau variabel independen secara individu memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yang diuji, jika signifikansi dari variabel independen lebih kecil daripada 0,05 maka variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan.

Nilai t hitung yang tersaji di dalam tabel 4.17 menyatakan bahwa seluruh variabel produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), promosi (X_4), orang (X_5), *physical evidence* (X_6) dan proses (X_7) menunjukkan nilai t-hitung lebih kecil daripada t-tabel yang memiliki nilai sebesar 1,986 dan nilai signifikansinya diatas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial dari 7p tidak terdapat satu variabel pun yang secara statistik terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *Bourjuis Cafe*.

4.4.3 Pengujian Pengaruh Secara Stimultan (F-Test)

Uji pengaruh signifikansi secara stimultan atau F-Test digunakan untuk menguji variabel secara simultan untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel dependen hal ini dapat dilihat pada tabel anova. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka terdapat satu atau lebih variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel dependen, dan juga F hitung $>$ dari F tabel hipotesis diterima karena memberikan sebuah pengaruh terhadap variabel dependen.

Ho : Tidak adanya pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di *Bourjuis Cafe* yang signifikan.

Ha : Adanya pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di *Bourjuis Cafe* yang signifikan.

Tabel 4. 18
Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287,802	7	41,115	6,072	,000 ^b
	Residual	595,823	88	6,771		
	Total	883,625	95			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x7, x4, x1, x2, x5, x3, x6

Sumber: Data primer diolah, 2020

Didalam penelitian ini nilai signifikan yang digunakan adalah 0.05 dan nilai t tabel untuk $\alpha=0.05$, df regresi= 3, df residual=93 adalah 2.70. Hasil dari F hitung yang ditunjukkan oleh tabel 4.18 pada penelitian ini sebesar 6.072 maka F hitung $6.072 > F$ tabel 2.96 dan tingkat signifikan 0.00 maka H_a diterima yang artinya bahwa bauran pemasaran secara simultan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di *Bourjuis Cafe*.

4.4.4 Koefisien determinasi

Koefisien determinan bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Dari tabel 4.19 didapatkan hasil koefisien determinan yang dapat dilihat pada besarnya nilai Adjusted R Square sebesar 0,272. Hasil itu menyatakan bahwa 7 variabel tersebut hanya dapat menjelaskan variasi perubahan variabel loyalitas pelanggan sebesar 27,2%. Sedangkan sisanya sebesar 72,8% (100% - 27,2%) dijelaskan oleh variabel-variabel yang lain diluar model.

Tabel 4. 19
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,571 ^a	,326	,272	2,602

a. Predictors: (Constant), x7, x4, x1, x2, x5, x3, x6

Sumber: Data primer diolah, 2020

