

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Informan

Data informan untuk menguraikan identitas berdasarkan nama, umur, Pendidikan terakhir dan jabatan. Informan dalam penelitian ini karyawan dari kedai KK. Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada karyawan dari kedai KK. Identitas informan dapat dilihat pada Tabel 10 berikut :

Tabel 13. Karakteristik Informan kedai KK.

No.	Nama	Umur (Tahun)	Pend. Terakhir	Jabatan
1.	Hasrul	38	S1	Owner
2.	Hasyim	22	SMA	Barista
3.	Aisyah	22	S1	Barista

Sumber : Data Primer, 2025.

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa informan terdiri dari Pak Hasrul sebagai owner dengan pendidikan terakhir S1 dan Hasyim sebagai barista dengan pendidikan terakhir SMA, Aisyah sebagai Barista dengan pendidikan terakhir S1.

Tabel 14. Karakteristik Informan kedai NLC.

No.	Nama	Umur (Tahun)	Pend. Terakhir	Jabatan
1.	Achriadi	36	S1	Owner
2.	Wandi	24	S1	Barista
3.	Rayhan	26	S1	Barista

Sumber : Data Primer, 2025.

Berdasarkan Tabel 14, menunjukkan bahwa informan terdiri dari Pak Achriadi sebagai owner dengan pendidikan terakhir S1 dan Wandi sebagai barista dengan pendidikan terakhir S1, Rayhan sebagai Barista dengan pendidikan terakhir S1.

5.2. Identitas Responden

5.2.1. Umur Responden

Data responden berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan usia yang dijadikan sampel penelitian. Tabel Distribusi responden berdasarkan umur pada pembelian produk minuman kopi di Kedai KK dan NLC kota makassar Bulan Juli. Identitas responden dapat dilihat pada Tabel 10 berikut

Tabel 15. Karakteristik Berdasarkan Umur pada Kedai KK.

No.	Umur (Tahun)	Responden (Orang)	Presentase (%)
1.	17-22	29	29
2.	23-28	65	65
3.	29-35	6	6
Total		100	100
Maximum : 35			
Minimum : 17			
Rata-rata : 23			

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 15, menunjukan bahwa 100 orang yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian mayoritas memiliki umur 23-28 tahun dengan presentase 65%. Rata-rata umur responden yaitu 23 tahun.

Tabel 16. Karakteristik Berdasarkan Umur pada Kedai NLC.

No.	Umur (Tahun)	Responden (Orang)	Presentase (%)
1.	17-22	11	11
2.	23-28	83	83
3.	29-35	6	6
Total		100	100
Maximum :35			
Minimum :17			
Rata-rata : 24			

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 16, menunjukan bahwa 100 orang yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian mayoritas memiliki umur 23-28 tahun dengan presentase 83%. Rata-rata umur responden yaitu 24 tahun.

5.2.2. Jenis Kelamin Kedai KK

Data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan jenis kelamin yang dijadikan sampel penelitian. tabel Distribusi responden berdasarkan Jenis Kelamin pada pembelian produk minuman kopi di Kedai KK dan NLC kota makassar bulan Juli. Identitas responden dapat dilihat pada Tabel 12 berikut :

Tabel 17. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin pada Kedai KK.

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Perempuan	63	63
2.	Laki-laki	37	37
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 17, menunjukkan bahwa mayoritas responden dari kedai KK berjenis kelamin perempuan, hal ini menunjukkan bahwa konsumen kedai KK dominan perempuan. Perempuan memiliki jumlah terbanyak dalam pembelian produk minuman kopi di kedai KK yaitu sebanyak 63% konsumen. Sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 37% konsumen.

Tabel 18. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin pada Kedai NLC.

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Perempuan	67	67
2.	Laki-laki	33	33
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 18, menunjukkan bahwa mayoritas responden dari kedai NLC berjenis kelamin perempuan, hal ini menunjukkan bahwa konsumen kedai KK dominan perempuan. Perempuan memiliki jumlah terbanyak dalam pembelian produk minuman kopi di kedai NLC yaitu sebanyak 67% konsumen. Sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 33% konsumen.

5.2.3. Frekuensi Pembelian kedai KK dan NLC

Frekuensi Pembelian adalah seberapa sering konsumen melakukan pembelian ulang suatu produk dalam periode tertentu. Adapun frekuensi pembelian produk dalam satu bulan terakhir produk minuman kopi kedai KK dan NLC dapat dilihat pada Tabel 14 sebagai berikut :

Tabel 19. Frekuensi Pembelian Produk kedai KK

Frekuensi Pembelian	Responden (Orang)	Persentase (%)
2 – 4 kali	76	76
5 – 7 kali	21	21
8 – 10 kali	3	3
Total	100	100
Maksimum : 10 kali		
Minimum : 2 kali		
Rata-rata : 3 kali		

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 19, menunjukkan bahwa 100 orang yang dijadikan sampel penelitian ini, sebanyak 76 orang yang melakukan frekuensi pembelian 2 – 4 kali produk kedai KK dengan persentase 76%, sebanyak 21 orang yang melakukan frekuensi pembelian 5 – 7 kali produk kedai KK dengan persentase 21%, dan rata-rata frekuensi pembelian konsumen sebanyak 3 kali. Hal ini menunjukkan bahwa

konsumen sering melakukan pembelian ulang sebanyak 3 kali produk minuman kedai KK.

Tabel 20. Frekuensi Pembelian Produk kedai NLC

Frekuensi Pembelian	Responden (Orang)	Persentase (%)
2 – 4 kali	73	73
5 – 7 kali	26	26
8 – 10 kali	1	1
Total	100	100
Maksimum : 10 kali		
Minimum : 2 kali		
Rata-rata : 3 kali		

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 20, menunjukkan bahwa 100 orang yang dijadikan sampel penelitian ini, sebanyak 73 orang yang melakukan frekuensi pembelian 2 – 4 kali produk kedai NLC dengan persentase 73%, sebanyak 26 orang yang melakukan frekuensi pembelian 5 – 7 kali produk kedai NLC dengan persentase 26%, dan rata-rata frekuensi pembelian konsumen sebanyak 3 kali. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sering melakukan pembelian ulang sebanyak 3 kali produk minuman kedai NLC.

5.3. Deskripsi Jenis biji kopi, Varian menu dan Volume Penjualan Kedai KK dan NLC

5.3.1. Jenis biji kopi

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki banyak jenis biji, dan masing-masing memiliki karakter rasa, aroma, serta kandungan kafein yang berbeda. Secara umum, terdapat dua jenis biji kopi yang dikenal dan sering digunakan dalam dunia perkopian, yaitu Arabika, Robusta. Kopi arabika adalah jenis kopi yang

paling populer di dunia, dikenal dengan cita rasa yang lembut, manis, dan aroma kompleks seperti bunga, buah, atau cokelat. Kopi robusta memiliki rasa yang lebih kuat, pahit, dengan body yang tebal dan aroma earthy seperti tanah atau kayu.

1. Jenis biji kopi kedai KK

Kedai KK adalah sebuah bisnis yang fokus pada minuman kopi, menawarkan kombinasi rasa, kenyamanan tempat, fasilitas yang disediakan dan lokasi strategis. Kedai KK sendiri memiliki minuman kopi yang nikmat dengan menonjolkan cita rasa kopi yang harum, legit dari perpaduan kopi dan gula aren yang sangat diminati oleh semua kalangan masyarakat khususnya anak muda, oleh karena itu pemilihan biji kopi sangatlah berpengaruh untuk kualitas minumannya. biji kopi yang mereka gunakan yaitu arabika yang dimana biji kopi ini terkenal dengan cita rasa yang lembut, manis dan memiliki aroma yang kompleks.

2. Jenis biji kopi kedai NLC

No Limit Coffee adalah sebuah bisnis yang fokus pada minuman kopi, . Nama *No Limit* mengandung filosofi “tanpa batas” direfleksikan lewat jam operasional kedai yang beroperasi 24 jam, sehingga cocok menjadi tempat bertemu kapan saja. Minuman kopi dari kedai ini terkenal dengan rasa yang nikmat dengan menonjolkan cita rasa kopi yang disukai khususnya oleh kalangan anak muda, oleh karena itu pemilihan biji kopi sangatlah berpengaruh untuk kualitas minumannya. biji kopi yang mereka gunakan yaitu arabika yang dimana biji kopi ini terkenal dengan cita rasa yang lembut, manis dan memiliki aroma yang kompleks.

5.2.2. Varian Menu dan Harga

Kedai KK dan NLC memiliki berbagai varian minuman mulai dari kopi dan non kopi harga dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 21. Varian menu dan Harga produk minuman Kopi Kedai KK.

No.	Varian	Harga (Rp)
1.	Es Koko/Es Kopi kost	20.000
2.	Es Kopas	25.000
3.	Tetangga Koko	25.000
4.	Espresso	15.000
5.	Nutty oat milk latte	28.000
6.	Cappuccino	25.000
7.	Kopi susu	20.000
8.	Cafe latte	25.000
9.	Butterscotch	25.000
10.	Americano	20.000
11.	Americano peach	22.000
12.	Americano passion fruit	25.000
13.	Honeyricano	22.000
14.	Black lime americano	22.000
15.	Es koko (1 Liter)	85.000
16.	Tetangga Koko (1 Liter)	95.000

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Tabel 21, menunjukkan bahwa jumlah varian minuman kopi yang ada di kedai KK sebanyak 16 jenis dengan berbagai cita rasa dengan harga yang sangat terjangkau mulai dari Rp. 15.000/ cup – Rp. 95.000.

Tabel 22. Varian menu dan Harga produk minuman Kopi Kedai NLC.

No.	Varian	Harga (Rp)
1.	Coffee Limit	28.000
2.	Caramel popcorn	28.000
3.	Sea salt crumble	30.000
4.	Matchiato	30.000
5.	Coffee pistachio	30.000
6.	Es kopi pandan	30.000
7.	Americano	19.000
8.	Coffee milk	20.000
9.	Café latte	28.000
10.	Vietnam drip	22.000

No.	Varian	Harga (Rp)
11.	Blended coffee caramel	33.000
12.	Blended coffee tiramisu	33.000

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Tabel 22, menunjukkan bahwa jumlah varian minuman kopi yang ada di kedai NLC sebanyak 12 jenis dengan berbagai cita rasa dengan harga yang sangat terjangkau mulai dari Rp. 19.000/ cup – Rp. 33.000.

Tabel 23. Varian menu dan Harga produk minuman Non Kopi Kedai KK.

No.	Varian	Harga (Rp)
1.	Green tea	22.000
2.	Matcha latte	28.000
3.	Peach tea	22.000
4.	Berry peach	25.000
5.	Thai tea	22.000
6.	Lemon tea	20.000
7.	Chocolate	22.000
8.	Lychee tea	22.000
9.	Red velvet	22.000
10.	Milo thai	20.000
11.	Strawberry milk latte	22.000
12.	Mango milk latte	22.000
13.	Fresh mango w/jelly	25.000
14.	Fresh strawberry w/jelly	25.000
15.	Es koko (1 Liter)	85.000
16.	Chocolate (1 Liter)	85.000
17.	Matcha Latte (1 Liter)	115.000

Berdasarkan Tabel 23, menunjukkan bahwa jumlah varian minuman non kopi yang ada di kedai NLC sebanyak 17 jenis minuman dengan berbagai cita rasa dengan harga mulai dari Rp. 20.000/ cup – Rp. 115.000.

Tabel 24. Varian menu dan Harga produk minuman Non Kedai NLC.

No.	Varian	Harga (Rp)
1.	Tea	14.000
2.	Tea milk	19.000

No.	Varian	Harga (Rp)
3.	Green tea	24.000
4.	Matcha latte	28.000
5.	Thai tea	24.000
6.	Ice tea	19.000
7.	Thai tea	22.000
8.	Ice Lemon tea	24.000
9.	Chocolate	22.000
10.	Lychee tea	22.000
11.	Red velvet	30.000
12.	Tomato soda sweet	30.000
13.	Vanilla crumb	30.000
14.	Taro	30.000
15.	Cucumber mint relax	30.000

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Tabel 24, menunjukkan bahwa jumlah varian minuman non kopi yang ada di kedai NLC sebanyak 15 jenis minuman dengan berbagai cita rasa dengan harga mulai dari Rp. 14.000/ cup – Rp. 30.000.

Tabel 25. Varian menu dan Harga produk minuman Kopi dan Non Kopi yang sama di Kedai KK dan NLC.

No.	Varian (Cup)	Harga (Rp)
1.	Matcha Latte	28.000
2.	Thai Tea	22.000
3.	Chocolate	22.000
4.	Lychee Tea	22.000
5.	Kopi Susu	22.000

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Tabel 25, menunjukkan bahwa terdapat 5 jenis varian menu minuman yang sama dengan jumlah varian minuman non kopi yang ada di kedai NLC sebanyak 15 jenis minuman dengan berbagai cita rasa dengan harga mulai dari Rp. 14.000/ cup – Rp. 30.000.

5.2.3. Volume penjualan

Volume merupakan jumlah unit produk yang berhasil dijual dalam suatu periode waktu tertentu, yang mencerminkan tingkat permintaan konsumen terhadap produk tersebut. Volume penjualan juga menjadi indikator penting dalam menilai performa penjualan suatu perusahaan atau produk di pasar.

Adapun volume penjualan pada kedai KK dan NLC dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 23. Volume Penjualan Produk Minuman Kopi Kedai KK 3 bulan terakhir

No.	Varian (Cup)	Bulan (Jumlah)			Harga (Rp)	Nilai (Rp)
		April	Mei	Juni		
1.	Matcha Latte	600	806	900	28,000	64,568,000
2.	Thai tea	840	930	900	22,000	58,740,000
3.	Chocolate	900	1,240	1,500	22,000	80,080,000
4.	Lychee tea	450	620	775	22,000	40,590,000
5.	Kopi susu	600	744	840	20,000	43,680,000
Jumlah		3,390	9,255	4,915		287,658,000
rata-rata		678	1,851	983		57,531,600

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 23, menyajikan data volume penjualan produk Minuman dari kedai KK berdasarkan 5 varian rasa dan menunjukkan bahwa total penjualan pada bulan April sebanyak 3,390 cup, Mei sebanyak 9,255 cup dan Juni sebanyak 4,255 cup dengan jumlah penjualan sebesar Rp. 287,658,000. Data dalam tabel menunjukkan jumlah cup yang terjual setiap bulan dengan harga jual per cup sebesar mulai dari Rp.20.000 – Rp.28.000 . penjualan terus meningkat setia bulannya.

Tabel 24. Volume Penjualan Produk Kedai NLC

No.	Varian (Cup)	Bulan (Jumlah)			Harga (Rp)	Nilai (Rp)
		April	Mei	Juni		
1	Matcha Latte	750	950	1,050	28,000	77,000,000
2	Thai tea	450	558	600	22,000	35,376,000
3	Chocolate	600	930	1,050	22,000	56,760,000
4	Lychee tea	450	620	660	22,000	38,060,000
5	Kopi susu	450	775	900	20,000	42,500,000
Jumlah		2,700	3,833	4,260		249,696,000
rata-rata		540	766,6	852		49,939,200

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 24, menyajikan data volume penjualan produk Minuman dari kedai NLC berdasarkan 5 varian rasa dan menunjukkan bahwa total penjualan pada bulan April sebanyak 2,700 cup, Mei sebanyak 3,833 cup dan Juni sebanyak 4,260 cup dengan jumlah penjualan sebesar Rp. 249,696,000. Data dalam tabel menunjukkan jumlah cup yang terjual setiap bulan dengan harga jual per cup sebesar mulai dari Rp.20.000 – Rp.28.000 . penjualan terus meningkat setia bulannya.

5.3. Fatkor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian kedai KK dan NLC

5.3.1. Variabel Cita Rasa (X1)

Berikut hasil tanggapan responden terhadap variabel Cita Rasa (X1) yang terdiri dari tiga item pernyataan. Penilaian dilakukan berdasarkan skala Likert dengan lima kategori, mulai dari Sangat Tidak Puas (TP) hingga Sangat Puas (SP).

Tabel 25. Jawaban Responden Variabel Cita Rasa (X1) kedai KK

variabel	Indikator	jawaban responden					Skor
		TP	CP	N	P	SP	
Cita Rasa (X1)	X1.1	0	0	0	65	35	435
	X1.2	0	0	0	52	48	448
	X1.3	0	0	0	58	42	442

Jumlah	1.325
Kategori	Sangat Puas

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 25, menunjukkan bahwa indikator dari variabel cita rasa kedai KK dalam kategori sangat puas dengan total skor 1.325. seluruh indikator pada variabel Cita Rasa memperoleh skor di atas 400, dengan nilai tertinggi pada indikator X1.2 sebesar 448 dan terendah pada indikator X1.1 sebesar 442. Sedangkan pada indikator variabel cita rasa kedai NLC dalam kategori sangat puas dengan total skor 1.309. Hal ini menunjukkan bahwa cita rasa antara kedai KK dan NLC hampir sama atau tidak jauh berbeda. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Sari (2023) bahwa menyebut cita rasa memang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dan konsumen menilai rasa dari kedua merek relatif sama meskipun memiliki perbedaan harga dan strategi pelayanan tetapi faktor yang membuat rasa serupa adalah penggunaan bahan baku dan resep standar yang hampir sama. Maka dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 1 diterima bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan dalam cita rasa terhadap kepuasan pelanggan kedai KK dan NLC.**

Tabel 26. Jawaban Responden Variabel Cita Rasa (X1) kedai NLC

variabel	Indikator	jawaban responden					Skor
		TP	CP	N	P	SP	
Cita Rasa (X1)	X1.1	0	0	0	74	26	426
	X1.2	0	0	0	55	45	445
	X1.3	0	0	0	62	38	438
Jumlah		1.309					
Kategori		Sangat Puas					

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan Tabel 26, menunjukkan bahwa indikator dari variabel cita rasa

kedai NLC dalam kategori sangat puas dengan total skor 1.309. seluruh indikator pada variabel Cita Rasa memperoleh skor di atas 400, dengan nilai tertinggi pada indikator X1.2 sebesar 445 dan terendah pada indikator X1.1 sebesar 426.

5.3.2. Variabel Harga (X2)

Tabel 27. Jawaban Responden Variabel Harga (X2) kedai KK

variabel	Indikator	jawaban responden					Skor
		TP	CP	N	P	SP	
Harga (X2)	X2.1	0	0	0	54	36	396
	X2.2	0	0	0	71	29	429
	X2.3	0	0	0	69	31	500
	X2.4	0	0	0	75	25	425
Jumlah							1.750
Kategori							Sangat Puas

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 27, menunjukkan bahwa indikator dari variabel harga kedai KK dalam kategori sangat puas dengan total skor 1.750. indikator pada variabel harga memperoleh skor dengan nilai tertinggi pada indikator X2.3 sebesar 500 dan terendah pada indikator X2.1 sebesar 396. sedangkan pada indikator variabel harga kedai NLC dalam kategori sangat puas dengan total skor 1.727. Hal ini menunjukkan bahwa harga antara kedai KK dan NLC tidak jauh berbeda atau tidak ada perbedaan yang signifikan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Wijaya dkk (2020) perbedaan harga sebesar Rp2.000–Rp3.000 per cup tidak memengaruhi kepuasan pelanggan secara negatif. Selama harga dirasa sesuai dengan kualitas rasa dan pelayanan, konsumen tetap puas dan bersedia melakukan pembelian ulang. Maka dapat disimpulkan **hipotesis 2 diterima bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan dalam harga terhadap kepuasan pelanggan kedai KK dan NLC.**

Tabel 28. Jawaban Responden Variabel Harga (X2) kedai NLC

variabel	Indikator	jawaban responden					Skor
		TP	CP	N	P	SP	
Harga (X2)	X2.1	0	0	0	71	29	429
	X2.2	0	0	0	74	26	426
	X2.3	0	0	0	60	40	440
	X2.4	0	0	0	68	32	432
Jumlah							1.727
Kategori							Sangat Puas

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan Tabel 28, menunjukkan bahwa indikator dari variabel harga kedai NLC dalam kategori sangat puas dengan total skor 1.727. indikator pada variabel harga memperoleh skor dengan nilai tertinggi pada indikator X2.3 sebesar 440 dan terendah pada indikator X2.2 sebesar 426.

5.3.3. Variabel Kualitas Produk (X3)

Tabel 29. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3) kedai KK

variabel	Indikator	jawaban responden					Skor
		TP	CP	N	P	SP	
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0	0	0	74	26	426
	X3.2	0	0	0	72	28	428
	X3.3	0	0	0	73	27	427
	X3.4	0	0	0	65	35	435
Jumlah							1.716
Kategori							Sangat Puas

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 29, menunjukkan bahwa indikator dari variabel kualitas produk kedai KK dalam kategori sangat puas dengan total skor 1.717. indikator pada variabel kualitas produk memperoleh skor dengan nilai tertinggi pada indikator X3.4 sebesar 435 dan terendah pada indikator X3.1 sebesar 426. sedangkan pada indikator variabel kualitas produk kedai NLC dalam kategori sangat puas dengan total skor

1.746. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk antara kedai KK dan NLC tidak jauh berbeda. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Sari (2023) Konsumen menilai kualitas bahan, tekstur, dan penyajian berada pada standar yang sama baiknya. Kesetaraan kualitas ini berkontribusi positif pada kepuasan pelanggan, meskipun faktor pelayanan dan harga tetap menjadi pembeda. Maka dapat disimpulkan **hipotesis 3 diterima bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan dalam kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kedai KK dan NLC.**

Tabel 30. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3) kedai NLC

Variabel	Indikator	jawaban responden					Skor
		TP	CP	N	P	SP	
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0	0	0	56	44	444
	X3.2	0	0	0	66	34	434
	X3.3	0	0	0	65	35	435
	X3.4	0	0	0	67	33	433
Jumlah							1.746
Kategori							Sangat Puas

Sumber: Lampiran 12

Berdasarkan Tabel 30, menunjukkan bahwa indikator dari variabel kualitas produk kedai NLC dalam kategori sangat puas dengan total skor 1.746. indikator pada variabel kualitas produk memperoleh skor dengan nilai tertinggi pada indikator X3.1 sebesar 444 dan terendah pada indikator X3.4 sebesar 433.

5.3.4. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 31. Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) kedai KK

Variabel	Indikator	jawaban responden					Skor
		TP	CP	N	P	SP	
Kepuasan	Y.1	0	0	0	85	15	415

Pelanggan (Y)	Y.2	0	0	0	80	20	420
	Y.3	0	0	0	83	17	417
	Y.4	0	0	0	78	22	422
	Y.5	0	0	0	72	28	428
Jumlah							2.102
Kategori							Sangat Puas

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 31, menunjukkan bahwa indikator dari variabel kepuasan pelanggan kedai KK dalam kategori sangat puas dengan total skor 2.102. indikator pada variabel kepuasan pelanggan memperoleh skor dengan nilai tertinggi pada indikator Y5 sebesar 428 dan terendah pada indikator Y3 sebesar 417. sedangkan pada indikator variabel kepuasan pelanggan kedai NLC dalam kategori sangat puas dengan total skor 2.200. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Wahyuni (2021) tingkat kepuasan yang hampir sama pada aspek rasa, harga, pelayanan, dan kenyamanan. Hal ini membuat pelanggan tidak memiliki preferensi yang kuat terhadap salah satunya, dan tetap bersedia melakukan kunjungan ulang ke kedua tempat. Faktor kualitas produk dan cita rasa yang setara menjadi alasan mengapa konsumen tetap puas di kedua tempat, walaupun strategi promosi dan harga sedikit berbeda.

Tabel 32. Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) kedai NLC

Variabel	Indikator	jawaban responden					Skor
		TP	CP	N	P	SP	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0	0	0	69	31	431
	Y2	0	0	0	59	41	441
	Y3	0	0	0	57	43	443
	Y4	0	0	0	54	46	446
	Y5	0	0	0	61	39	439
Jumlah							2.200
Kategori							Sangat Puas

Sumber: Lampiran 13

Berdasarkan Tabel 32, menunjukkan bahwa indikator dari variabel kepuasan pelanggan kedai NLC dalam kategori sangat puas dengan total skor 2.200. indikator pada variabel kepuasan pelanggan memperoleh skor dengan nilai tertinggi pada indikator Y4 sebesar 446 dan terendah pada indikator Y1 sebesar 431.

5.4. Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Variabel Promosi, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Suatu instrument dinyatakan valid apabila koefisien korelasi tabel pada taraf signifikansi 5%. Untuk mengetahui validitas pertanyaan maka r hitung dibandingkan dengan r tabel pada α 0,05. Hasil uji validitas instrument dikatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel.

1.1. Hasil Uji Validitas pada kedai KK

Adapun hasil uji validitas item pertanyaan variabel Cita Rasa (X1) pada kedai KK dapat dilihat pada tabel 26 sebagai berikut :

Tabel 33 Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Cita Rasa (X1) pada kedai KK

Item Pernytaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,257	0,196	Valid
X1.2	0,343	0,196	Valid
X1.3	0,428	0,196	Valid

Sumber: Lampiran 14

Berdasarkan Tabel 33, menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi pertanyaan untuk variabel Cita Rasa (X1) dalam hal ini kesesuaian sasaran Cita Rasa dengan masing masing memiliki 3 item pertanyaan dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas item pertanyaan variabel Harga (X2) pada kedai KK dapat dilihat pada tabel 27 sebagai berikut :

Tabel 34. Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Harga (X2) pada kedai KK

Item Pernytaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,515	0,196	Valid
X2.2	0,410	0,196	Valid
X2.3	0,350	0,196	Valid
X2.4	0,263	0,196	Vali4

Sumber: Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 34, menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi pertanyaan untuk variabel Harga (X2) dalam hal ini kesesuaian sasaran Harga dengan masing masing memiliki 4 item pertanyaan dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas item pertanyaan Kualitas Produk (X3) pada kedai KK dapat dilihat pada tabel 28 sebagai berikut :

Tabel 35. Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Kualitas Produk (X3) pada kedai KK

Item Pernytaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X3.1	0,494	0,196	Valid
X3.2	0,488	0,196	Valid
X3.3	0,482	0,196	Valid
X3.4	0,556	0,196	Vali4

Sumber: Lampiran 16

Berdasarkan Tabel 35, menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi pertanyaan untuk variabel Kualitas Produk (X3) dalam hal ini kesesuaian sasaran Kualitas Produk dengan masing masing memiliki 4 item pertanyaan dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas item pertanyaan Kepuasan Pelanggan (Y) pada kedai KK dapat dilihat pada tabel 29 sebagai berikut :

Tabel 36. Hasil Uji Validitas Indikator Pertanyaan Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada kedai KK

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y	0,493	0,196	Valid
Y	0,400	0,196	Valid
Y	0,370	0,196	Valid
Y	0,529	0,196	Valid
Y	0,313	0,196	Valid

Sumber: Lampiran 17

Berdasarkan Tabel 36, menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi pertanyaan untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dalam hal ini kesesuaian sasaran Kepuasan Pelanggan dengan masing masing memiliki 5 item pertanyaan dinyatakan valid.

1. 2. Hasil Uji Validitas pada kedai NLC

Adapun hasil uji validitas item pertanyaan variabel Cita Rasa (X1) pada kedai NLC dapat dilihat pada tabel 30 sebagai berikut :

Tabel 37. Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Cita Rasa (X1) pada kedai NLC

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,585	0,196	Valid
X1.2	0,714	0,196	Valid
X1.3	0,698	0,196	Valid

Sumber: Lampiran 18

Berdasarkan Tabel 37, menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi pertanyaan untuk variabel Cita Rasa (X1) dalam hal ini kesesuaian sasaran Cita Rasa dengan masing masing memiliki 3 item pertanyaan dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas item pertanyaan variabel Harga (X2) pada kedai NLC dapat dilihat pada tabel 38 sebagai berikut :

Tabel 38. Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Harga (X2) pada kedai NLC

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,730	0,196	Valid
X2.2	0,738	0,196	Valid
X2.3	0,531	0,196	Valid
X2.4	0,728	0,196	Valid

Sumber: Lampiran 19

Berdasarkan Tabel 38, menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi pertanyaan untuk variabel Harga (X2) dalam hal ini kesesuaian sasaran Harga dengan masing masing memiliki 4 item pertanyaan dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas item pertanyaan Kualitas Produk (X3) pada kedai NLC dapat dilihat pada tabel 32 sebagai berikut :

Tabel 39. Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Kualitas Produk (X3) pada kedai NLC

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X3.1	0,583	0,196	Valid
X3.2	0,701	0,196	Valid
X3.3	0,685	0,196	Valid
X3.4	0,727	0,196	Valid

Sumber: Lampiran 20

Berdasarkan Tabel 39, menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi pertanyaan untuk variabel Kualitas Produk (X3) dalam hal ini kesesuaian sasaran Kualitas Produk dengan masing masing memiliki 4 item pertanyaan dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas item pertanyaan Kepuasan Pelanggan (Y) pada kedai NLC dapat dilihat pada tabel 40 sebagai berikut :

Tabel 40. Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada kedai NLC

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0,615	0,196	Valid
Y2	0,578	0,196	Valid
Y3	0,703	0,196	Valid
Y4	0,563	0,196	Valid
Y5	0,672	0,196	Valid

Sumber: Lampiran 21

Berdasarkan Tabel 40, menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi pertanyaan untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dalam hal ini kesesuaian sasaran Kepuasan Pelanggan dengan masing masing memiliki 5 item pertanyaan dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabel kuesioner. Kuesioner disebar ke 100 responden untuk menguji 20 item pertanyaan. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai $\alpha > 0,80$ pada tingkat signifikansi 5%

Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 33 sebagai berikut :

Tabel 41. uji realibilitas Variabel pada kedai KK dan NLC

No.	Variabel	Cronbach's alpha1		Keterangan
		KK	NLC	
1.	Cita Rasa (X1)	0,166	0,373	Reliabel
2.	Harga (X2)	0,687	0,589	Reliabel
3.	Kualitas Produk (X3)	0,738	0,590	Reliabel

4	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,790	0,612	Reliabel
---	------------------------	-------	-------	----------

Sumber: Lampiran 22

Berdasarkan Tabel 41, seluruh variabel dalam model telah memenuhi kriteria reliabilitas yang baik, ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha di 0,70 hasil uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan seluruh pernyataan angket dinyatakan reliabel.

3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk memulai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel tersebut normal atau tidak. Variabel dikatakan berdistribusi normal signifikan $> 0,05$. Adapun uji normalitas data pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 42 berikut:

Tabel 42. Hasil Uji Normalitas kedai KK dan NLC

Uraian	Nilai
N	100
Asymp Sig.	0,15
Alpha	0,05
Keterangan	Normal

Sumber : Lampiran 24

Berdasarkan Tabel 42, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2- tailed) sebesar 0,15 yang artinya $>$ dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-smirnov, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Tabel 43. Hasil Uji Normalitas kedai NLC

Uraian	Nilai
N	100

Asymp Sig.	0,20
Alpha	0,05
Keterangan	Normal

Sumber : Lampiran 25

Berdasarkan Tabel 43, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2- tailed) sebesar 0,20 yang artinya $>$ dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-smirnov, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

5.5. Menganalisis komparatif tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan cita rasa, harga dan kualitas antara kedai KK dan NLC

5.5.1. Hasil uji dua beda (Independent sample T-test)

Uji T-test Independent adalah uji statistik yang membandingkan rata-rata dari dua kelompok sampel yang saling bebas (independent). Sampel independent adalah sampel yang menghasilkan data dari subjek yang berbeda. Uji ini digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara dua kelompok (ditinjau dari rata-rata) serta kedua kelompok tersebut haruslah saling beda atau tidak berhubungan atau tidak ada kaitan. Menganalisis komparatif tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan cita rasa, harga dan kualitas antara kedai KK dan NLC dengan cara membandingkan tingkat kepuasan pelanggan antara kedai KK dan NLC berdasarkan cita rasa, harga dan kualitas produk. Pengujian kedua kepuasan pelanggan antara kedai KK dan NLC secara statistik menggunakan analisis uji dua beda (*T-test*). Hasil analisis Uji Dua Beda dapat dilihat pada Tabel 37 sebagai berikut:

Tabel 44. Hasil Uji Rata – Rata Kepuasan Pelanggan berdasarkan Cita Rasa (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3) Varian Matcha Latte kedai KK dan NLC

Variabel	Coffee Shop	<i>t-test Equality of means</i>			
		Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference	Std.Error Difference
Cita Rasa	KK	198	0.374	0.130	0.134
	NLC				
Harga	KK	198	0.571	0.100	0.176
	NLC				
Kualitas Produk	KK	198	0.287	0.200	0.187
	NLC				

Sumber: Lampiran 26

Berdasarkan pada Tabel 44, dapat dilihat dari nilai signifikansinya hasil dari uji independent sample t-test $> 0,05$ maka dinyatakan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel cita rasa, harga dan kualitas produk antara kedai KK dan NLC untuk Varian Matcha Latte. Hal ini menunjukkan bahwa kedua kedai dinilai memiliki cita rasa, harga dan kualitas produk relative sama berada pada tingkat yang sebanding

Tabel 45. Hasil Uji Rata – Rata Kepuasan Pelanggan berdasarkan Cita Rasa (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3) Varian Thai tea kedai KK dan NLC

Variabel	Coffee Shop	<i>t-test Equality of means</i>			
		Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference	Std.Error Difference
Cita Rasa	KK	198	0.384	0.124	0.184
	NLC				
Harga	KK	198	0.481	0.120	0.179
	NLC				
Kualitas Produk	KK	198	0.365	0.154	0.146
	NLC				

Sumber: Lampiran 27

Berdasarkan pada Tabel 45, dapat dilihat dari nilai signifikansinya hasil dari uji independent sample t-test $> 0,05$ maka dinyatakan tidak terdapat perbedaan

yang signifikan maka dinyatakan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel cita rasa, harga dan kualitas produk antara kedai KK dan NLC untuk Varian Thai tea. Temuan ini mengindikasikan bahwa kedua kedai memiliki performa yang hampir sama untuk varian ini sehingga perbedaan preferensi pelanggan kemungkinan dipengaruhi faktor lain seperti lokasi, suasana atau pelayanan.

Tabel 46. Hasil Uji Rata – Rata Kepuasan Pelanggan berdasarkan Cita Rasa (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3) Varian Chocolate kedai KK dan NLC

Variabel	Coffee Shop	<i>t-test Equality of means</i>			
		Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference	Std.Error Difference
Cita Rasa	KK	198	0.030	0.230	0.173
	NLC				
Harga	KK	198	0.189	0.150	0.183
	NLC				
Kualitas Produk	KK	198	0.017	0.220	0.091
	NLC				

Sumber : Lampiran 28

Berdasarkan pada Tabel 46, dapat dilihat dari nilai signifikansinya hasil dari uji independent sample t-test > 0,05 variabel cita rasa dan kualitas produk menunjukkan perbedaan signifikan antara kedai KK dan NLC untuk varian chocolate, sedangkan indikator harga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Tabel 47. Hasil Uji Rata – Rata Kepuasan Pelanggan berdasarkan Cita Rasa (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3) Varian Lychee tea kedai KK dan NLC

Variabel	Coffee Shop	<i>t-test Equality of means</i>			
		Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference	Std.Error Difference
Cita Rasa	KK	198	0.584	0.165	0.173
	NLC				
Harga	KK	198	0.381	0.150	0.183
	NLC				
Kualitas	KK	198	0.364	0.143	0.

Produk	NLC
---------------	-----

Sumber : Lampiran 29

Berdasarkan pada Tabel 47, dapat dilihat semua variabel memiliki nilai signifikan di atas 0,05 sehingga tidak ada perbedaan signifikan antara kedai KK dan NLC untuk varian lychee tea. Hal ini menunjukkan bahwa kedua kedai memiliki standar relatif sama .

Tabel 48. Hasil Uji Rata – Rata Kepuasan Pelanggan berdasarkan Cita Rasa (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3) Varian kopi susu kedai KK dan NLC

Variabel	Coffee Shop	t-test Equality of means			
		Df	Sig.(2-tailed)	Mean Difference	Std.Error Difference
Cita Rasa	KK	118	0.008	0.230	0.085
	NLC				
Harga	KK	118	0.293	0.080	0.076
	NLC				
Kualitas Produk	KK	118	0.005	0.220	0.076
	NLC				

Sumber : Lampiran 15

Berdasarkan pada Tabel 48, ada perbedaan signifikan pada variabel cita rasa dan kualitas produk kopi susu antara kedai KK dan NLC dengan demikian pembeda utama kedua kedai untuk varian kopi susu terletak pada rasa dan kualitas minuman.

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel cita rasa antara Kedai KK dan NLC. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan terhadap cita rasa produk di kedua kedai relatif sama. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kesamaan standar bahan baku dan teknik penyajian dapat menghasilkan kualitas cita rasa yang setara di antara dua penyedia produk

sejenis.