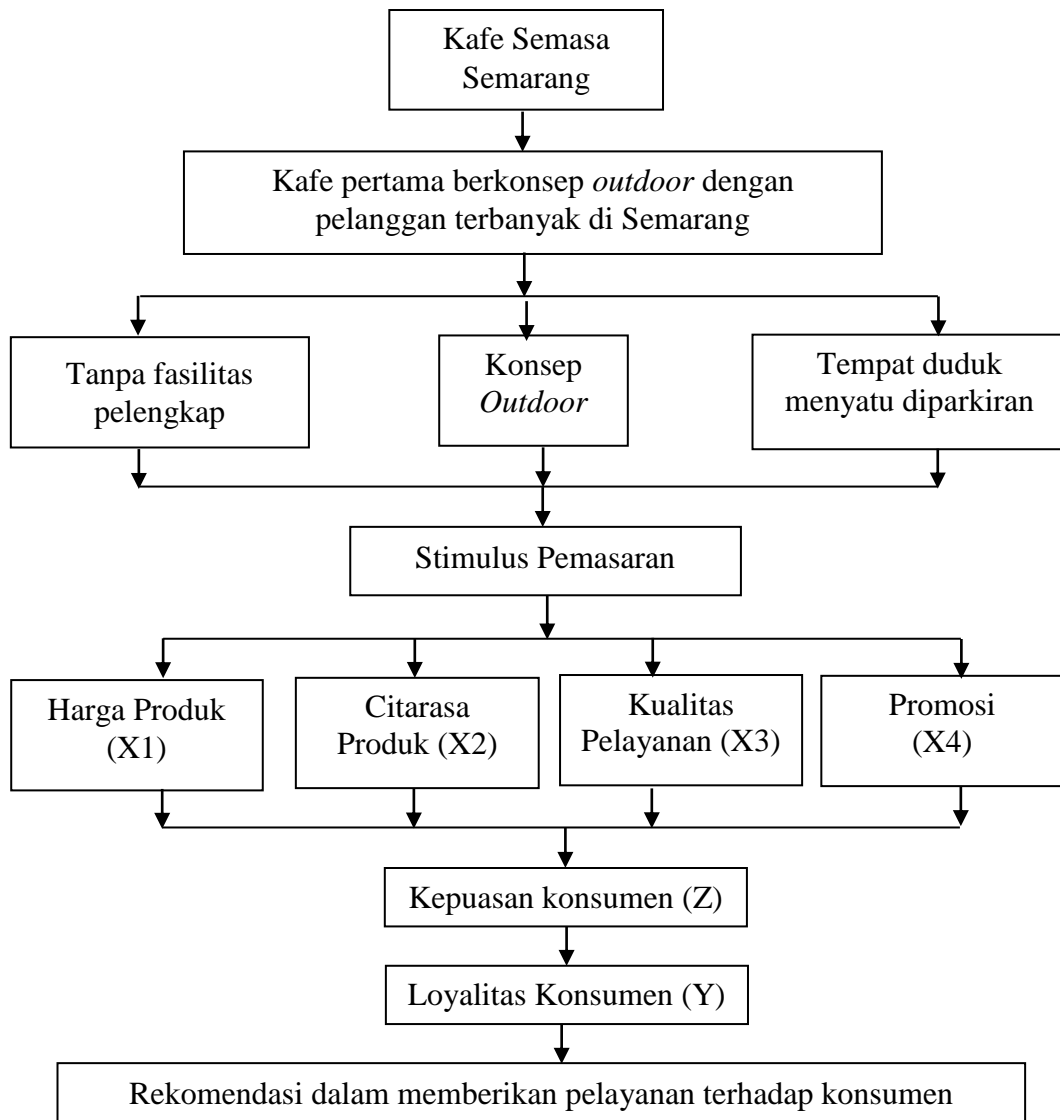


## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Kerangka Penelitian



**Ilustrasi 1.** Kerangka Pemikiran Penelitian

Kafe Semasa merupakan *coffee shop* yang dibuka pada Maret 2019 dan berlokasi di Jalan Diponegoro No. 25, Lemponsari, Gajahmungkur, Semarang.

Kafe Semasa memiliki konsep yang unik, dimana kafe tersebut memanfaatkan bangunan kecil berukuran 5 m x 2 m dengan dua lantai di sudut ruko serta parkir ruko untuk menjadi tempat duduk konsumennya. Selain itu, kafe Semasa merupakan *outdoor café* dengan unsur '*sesrawungan*' yang dalam bahasa Indonesia artinya bergaul. Kafe Semasa memiliki beberapa kekurangan yaitu tidak menyediakan *wifi* dan stop kontak bagi konsumen yang dianggap sebagai fasilitas pelengkap pada Kafe biasanya. Namun, Kafe Semasa yang memiliki beberapa kekurangan dan konsep yang unik tetap terbukti mendapatkan banyak konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan piagam tanda kehormatan dari *Awards* Nomor satu Merdeka yaitu Semasa Kopi sebagai yang pertama di Kota Semarang, *Cafe* menjual kopi dengan konsep *outdoor* dengan pengunjung terbanyak.

Penelitian ini meneliti tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap Kafe Semasa yang memiliki beberapa kekurangan dan konsep yang unik. Penelitian ini menggunakan stimulus pemasaran berupa harga produk, citarasa produk, kualitas pelayanan, dan promosi sebagai variabel independen. Variabel harga produk dan citarasa produk dipilih sebagai variabel independen dengan pertimbangan bahwa fokus penelitian ini merupakan produk minuman kopi olahan dari Kafe Semasa Semarang, sehingga komponen berupa harga produk yang ditawarkan dan citarasa produk kopi yang dimiliki oleh Kafe Semasa Semarang perlu diteliti pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Variabel independen berupa kualitas pelayanan dan promosi dipilih karena penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan konsep unik dan fasilitas yang kurang dari

Kafe Semasa Semarang namun Kafe Semasa tetap memiliki banyak konsumen yang datang berkali-kali dalam satu bulan.

Variabel independen tersebut akan dianalisis pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dengan menggunakan analisis path. Variabel kepuasan konsumen akan dianalisis terlebih dahulu menggunakan *importance performance analysis* dan *costumer satisfaction index* untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada Kafe Semasa Semarang. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai rekomendasi atau bahan kajian ilmiah untuk membangun usaha yang sejenis dan mengenali karakteristik konsumen produk minuman olahan kopi. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai rekomendasi dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen produk minuman olahan kopi serta dijadikan bahan kajian ilmiah dalam mengenali keinginan konsumen pada usaha sejenis.

### **3.2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan pada konsumen produk minuman olahan kopi di Kafe Semasa di Jalan Diponegoro No. 25, Lemponsari, Gajangmungkur. Lokasi ini dipilih dengan dasar pertimbangan bahwa Kafe Semasa merupakan kafe unik yang memiliki konsep *outdoor café* yang jarang ditemukan di Kota Semarang, pemanfaatan bangunan kecil di sudut ruko, serta tidak memiliki fasilitas *wifi* dan stop kontak namun tetap memiliki banyak konsumen. Penelitian ini dimulai pada tanggal 14 Maret 2020 sampai pada tanggal 28 Maret 2020.

### **3.3. Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1. Metode Penelitian**

Metode studi kasus merupakan metode penelitian dimana objek yang digunakan sebagai sasarannya berupa individu, suatu peristiwa, maupun suatu lokasi atau kejadian yang sedang terjadi (Morissan, 2012). Penelitian yang menggunakan metode studi kasus dilakukan dengan mengumpulkan data primer melalui bantuan kuesioner.

#### **3.3.2. Teknik Sampling Penentuan Lokasi**

Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Kafe Semasa dipilih sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa *coffee shop* tersebut memiliki keunikan dibandingkan *coffee shop* lain di daerah Semarang. Kafe Semasa memiliki konsep *outdoor cafe*, pemanfaatan bangunan kecil di sudut ruko, dan tidak memiliki fasilitas *wifi* serta stop kontak namun tetap memiliki banyak konsumen.

#### **3.3.3. Teknik Sampling Penentuan Responden**

Populasi konsumen Kafe Semasa tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *quota sampling* untuk menentukan jumlah responden yang diambil. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebesar 110 responden. Menurut Ferdinand (2005) ukuran sampel yang sesuai antara 100 - 200. Jumlah sampel tersebut didapat dari konsumen yang mengunjungi Kafe

Semasa selama penelitian dilakukan. Kriteria yang diinginkan ialah konsumen yang mengunjungi kafe Semasa minimal tiga kali dalam sebulan serta membeli produk kopi yang disediakan oleh kafe Semasa. Metode penentuan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah metode pengambilan sampel dimana sampel dipilih secara kebetulan atau insidental bertemu dan cocok sebagai sumber data.

### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada responden menggunakan kuesioner dengan model pertanyaan tertutup dan studi pustaka yaitu literatur, buku, jurnal dan referensi yang berkaitan dengan penelitian. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang diisi oleh responden. Data sekunder diperoleh dari literatur, buku, jurnal dan referensi lain yang berhubungan dengan penelitian. Skala pengukuran menggunakan skala Likert dari mulai 1 (sangat tidak setuju) sampai 6 (sangat setuju).

### **3.5. Analisis Data**

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang dilakukan dengan menjabarkan jawaban dari responden yang telah menanggapi pertanyaan dari kuesioner yang diberikan. Analisis ini dikelompokkan berdasarkan jawaban responden sesuai dengan bobot atau nilai masing – masing kategori setelah itu ditabulasi untuk mengetahui bagaimana

pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Variabel yang akan diujikan digolongkan ke dalam enam kategori likert. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *importance performance analysis*, *costumer satisfaction index*, serta *path analysis*. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 16.

### 3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk mengubah kumpulan data mentah ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami yaitu bentuk informasi yang ringkas (Muchson, 2017). Analisis ini digunakan kepada karakteristik responden yang membeli produk kopi di Kafe Semasa. Analisis deskriptif pada penelitian ini terdiri dari analisis identitas responden serta analisis deskriptif persentase. Analisis persentase merupakan analisis yang menunjukkan data penelitian pada setiap variabel dalam bentuk persen. Perhitungan dari analisis persentase adalah sebagai berikut : (Sukestiyono dan Wardoyo, 2009)

$$DP = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

DP : Deskriptif persentase

n : Jumlah skor jawaban

N : Skor ideal (Skor pernyataan tertinggi x jumlah pernyataan x sampel)

Selanjutnya disusun tabel kategori kelas interval sebagai berikut :

$$1. \text{ Persentase maksimal} = \frac{6}{6} \times 100\% = 100\%$$

2. Persentase minimal  $= \frac{1}{6} \times 100\% = 16,7\% = 17\%$
3. Rentang kelas  $= 100\% - 17\% = 83\%$
4. Panjang interval kelas  $= 83\% : 6 = 13,8\% = 14\%$

**Tabel 1.** Kategori Kelas Interval

Kelas Interval	Kategori
-----%-----	
89 – 100	Sangat Baik
74 – 88	Baik
59 – 73	Cukup Baik
44 – 58	Kurang Baik
29 – 43	Tidak Baik
14 – 28	Sangat Tidak Baik

### 3.5.2. Analisis Statistik

#### 3.5.2.1. Importance Performance Analysis (IPA)

*Importance Performance Analysis (IPA)* adalah alat bantu untuk menganalisis atau membandingkan sampai sejauh mana tingkat kinerja yang dapat dirasakan oleh konsumen dengan tingkat kepuasan yang diinginkan (Yola dan Budianto, 2013). Tingkat kesesuaian hasil perbandingan antara skor kinerja (*performance*) dan skor kepentingan (*importance*) yang akan menentukan skala prioritas untuk digunakan dalam penanganan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dinilai dengan skala likert dari nilai 1 (sangat tidak penting) sampai 5 (sangat penting).

Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai *IPA* sebagai berikut :  
(Supranto, 2011)

$$T_{ki} = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

$T_{ki}$  : Tingkat kesesuaian responden

$x_i$  : Skor penilaian kinerja

$y_i$  : Skor penilaian kepentingan

Penentuan variabel yang telah dan belum memenuhi harapan konsumen akan didapatkan melalui kuadran dengan langkah berikut : (Mutiawati, 2019)

1. Memberi bobot pada setiap jawaban responden
2. Menghitung nilai rata-rata bobot jawaban terhadap kinerja ( $\bar{X}$ ) dan kepentingan ( $\bar{Y}$ ) dengan rumus berikut : (Supranto, 2011)

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  : skor rata-rata tingkat kinerja

$\bar{Y}$  : skor rata-rata tingkat kepentingan

$n$  : jumlah responden

3. Menghitung rata-rata seluruh atribut kinerja  $\bar{\bar{X}}$  dan tingkat kepentingan yang menjadi batas diagram kartesius dengan rumus : (Supranto, 2011)

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}_i}{k} \text{ dan } \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{k}$$

Keterangan :

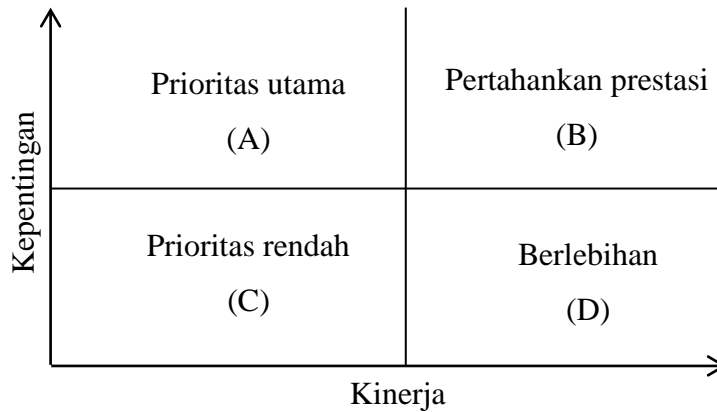
$\bar{\bar{X}}$  : rata-rata skor tingkat kinerja seluruh faktor atribut

$\bar{\bar{Y}}$  : rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atribut

$k$  : banyaknya atribut yang digunakan



4. Melakukan pemetaan pada diagram kartesius untuk melihat posisi masing-masing atribut.



**Ilustrasi 2.** Diagram Kartesius *IPA*

Keterangan :

- A : Atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen namun manajemen belum melaksanakannya sehingga konsumen tidak puas.
- B : Atribut yang sudah berhasil dilaksanakan dan wajib dipertahankan karena dianggap sangat penting dan memuaskan
- C : Atribut yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Pelaksanaannya dianggap kurang penting dan kurang memuaskan
- D : Faktor yang mempengaruhi konsumen, dianggap kurang penting namun memuaskan

#### 3.5.2.2. *Costumer Satisfaction Index (CSI)*

*Costumer Satisfaction Index (CSI)* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur penilaian kepuasan konsumen. CSI memiliki kelebihan yaitu dapat menggunakan data hasil penilaian IPA sebagai data awal untuk menganalisis

sehingga dalam perhitungannya dapat diketahui kepuasan konsumen secara keseluruhan (Ihsani, 2005). Tahapan perhitungan *costumer satiscation index* (CSI) adalah sebagai berikut : (Damanik *et al.*, 2014)

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)* dengan menggunakan rumus berikut :

$$MIS = \frac{\sum Y_i}{n} \text{ dan } MSS = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan :

n : Jumlah responden

Y<sub>i</sub> : Nilai kepentingan atribut ke – i

X<sub>i</sub> : Nilai kinerja ke – i

2. Menggunakan perhitungan *Weighted Factor (WF)*, fungsi dari *Mean Importance Score (MIS)* dengan menggunakan rumus :

$$WFi = \frac{MIS_i}{\text{Total MIS}_i}$$

Keterangan :

MIS<sub>i</sub> : *Mean Importance Score* ke – i

3. Menggunakan perhitungan *Weighted Score (WS)* rumus berikut :

$$WS_i = MSS_i \times WFi$$

Keterangan :

MSS<sub>i</sub> : *Mean Satisfaction Score* ke – i

WFi : *Weighted Factor* ke – i

4. Menggunakan perhitungan *Weighted Average Total (WAT)* dengan rumus berikut :

$$WAT = WSa1 + WSa2 + \dots + WSan$$

Keterangan :

WSa = *Weighted Score*

5. Menggunakan perhitungan *Costumer Satisfaction Index (CSI)* dan dinyatakan dalam bentuk persen. Rumus yang digunakan adalah :

$$CSI = \frac{WA}{HS} \times 100\%$$

Keterangan :

WA : *Weighted Average*

HS : *High Scale* (Skala maksimum)

6. Menentukan tingkat kepuasan konsumen melalui tabel berikut :

**Tabel 2.** Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen

Nilai CSI	Tingkat Kepuasan
-----%-----	
81 – 100	Sangat puas
66 – 80,99	Puas
51 – 65,99	Cukup puas
35 – 50,99	Kurang puas
0 – 34,99	Tidak puas

### 3.5.2.3. *Path Analysis*

#### Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur ketepatan data penelitian agar daftar pertanyaan atau kuesioner penelitian dapat memberikan data sesuai dengan yang diinginkan (Supriyono *et al.*, 2016). Suatu data penelitian yang dapat dikatakan valid dapat ditunjukkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (Nisfiannoor, 2009). Validitas

berkaitan dengan apakah suatu alat ukur yang dipakai secara tepat mengukur konsep yang ingin diukur atau menunjukkan sejauh mana pertanyaan dan tugas dalam suatu *instrument* yang mampu mewakili secara keseluruhan dan proporsional perilaku sampel yang dikenai tes tersebut (Ismail, 2018).

### **Uji Reliabilitas**

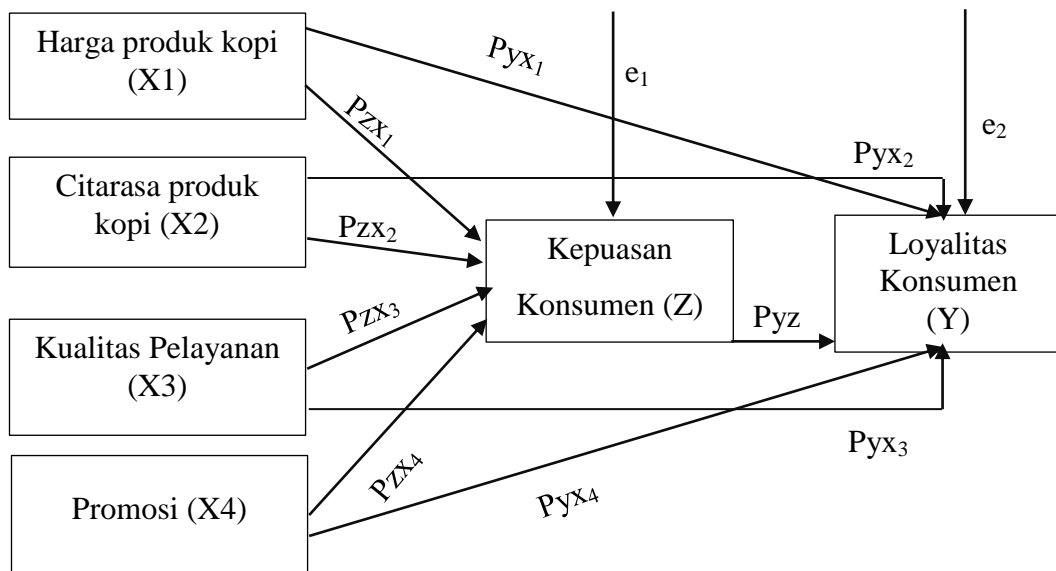
Uji reliabilitas adalah data atau informasi yang dihasilkan berasal dari sumber yang dapat dipercaya sehingga data tersebut tidak menyesatkan para pengambil keputusan ketika menggunakan informasi tersebut (Utomo dan Mariana, 2011). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat di nilai *Cronbach's alpha*, sebuah data dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,600 (Juliandi, 2008). Reliabilitas (kehandalan) merupakan suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan. Uji reliabilitas dikatakan baik apabila nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,600 (Nisfiannoor, 2009).

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data penelitian terdistribusi normal atau tidak (Sufren dan Natanael, 2013). Uji normalitas yang digunakan adalah uji kolmogrov-Smirnov dengan menggunakan alat bantuan yaitu program SPSS. Hasil uji normalitas dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*, apabila nilai signifikansi  $> 0,050$  maka data terdistribusi secara normal dan jika nilai signifikansi  $\leq 0,050$  maka data tidak terdistribusi secara normal (Santoso, 2010).

## Analisis Path

Teknik analisis jalur dikembangkan oleh Sewal Wright pada tahun 1934 yang berasal dari pengembangan korelasi dan diurai menjadi interpretasi-interpretasi akibat yang ditimbulkan, dimana regresi berganda merupakan bentuk khusus dari analisis jalur (Sarwono, 2013). Analisis jalur atau *path analysis* digunakan dengan tujuan untuk menganalisis dan mengetahui baik pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel bebas (eksogen) dengan variabel terikat (endogen) (Riduwan dan Kuncoro, 2012). Analisis jalur digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Z$  dan dampaknya pada  $Y$  (Riduwan dan Kuncoro, 2012). Model struktural *path analysis* dalam penelitian ini sebagai berikut



**Ilustrasi 3.** Diagram Analisis Jalur

## Uji Hipotesis

Untuk mengetahui kesesuaian hipotesis maka dilakukan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji T dan uji F.

1. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel  $X_1$  (harga produk kopi),  $X_2$  (citarasa produk kopi),  $X_3$  (kualitas pelayanan) dan  $X_4$  (promosi) terhadap variabel (Z) yaitu kepuasan konsumen di Kafe Semasa Semarang.
2. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel  $X_1$  (harga produk kopi),  $X_2$  (citarasa produk kopi),  $X_3$  (kualitas pelayanan),  $X_4$  (promosi), dan Z terhadap variabel (Y) yaitu loyalitas konsumen di Kafe Semasa Semarang.
3. Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (sendiri) antara variabel  $X_1$  (harga produk kopi),  $X_2$  (citarasa produk kopi),  $X_3$  (kualitas pelayanan) dan  $X_4$  (promosi) terhadap variabel (Z) yaitu kepuasan konsumen di Kafe Semasa Semarang.
4. Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (sendiri) antara variabel  $X_1$  (harga produk kopi),  $X_2$  (citarasa produk kopi),  $X_3$  (kualitas pelayanan),  $X_4$  (promosi) dan variabel Z (kepuasan konsumen) terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas konsumen di Kafe Semasa Semarang.

### Hipotesis Statistika

1.  $H_0 : b_1 = 0$      $H_1 : b_1 \neq 0$
2.  $H_0 : b_2 = 0$      $H_1 : b_2 \neq 0$
3.  $H_0 : b_3 = 0$      $H_1 : b_3 \neq 0$

#### Kaidah Penerimaan

- a.  $H_0$  diterima jika nilai Sig.  $t \leq 0,050$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka ada pengaruh secara parsial pada variabel Y
  - b.  $H_0$  ditolak jika nilai Sig.  $t > 0,050$  dan  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka tidak ada pengaruh secara parsial pada variabel Y
5. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara serempak (menyeluruh) antara variabel  $X_1$  (harga produk kopi),  $X_2$  (citarasa produk kopi),  $X_3$  (kualitas pelayanan) dan  $X_4$  (promosi) terhadap variabel (Z) yaitu kepuasan konsumen di Kafe Semasa Semarang.
6. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara serempak (menyeluruh) antara variabel  $X_1$  (harga produk kopi),  $X_2$  (citarasa produk kopi),  $X_3$  (kualitas pelayanan),  $X_4$  (promosi) dan variabel Z (kepuasan konsumen) terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas konsumen di Kafe Semasa Semarang.

#### Hipotesis Statistika

1.  $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_n = 0$
2.  $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_n \neq 0$

#### Kaidah Penerimaan :

- a.  $H_0$  diterima jika nilai Sig.  $F \leq 0,050$  dan  $F$  hitung  $> F$  tabel, maka ada pengaruh secara serempak pada variabel Y
- b.  $H_0$  ditolak jika nilai Sig.  $F > 0,050$  dan  $F$  hitung  $< F$  tabel, maka tidak ada pengaruh secara serempak pada variabel Y

## Model Trimming

Model trimming digunakan untuk merumuskan model baru dengan cara mengeluarkan variabel atau jalur-jalur yang tidak signifikan pada model awal. Langkah terakhir dilakukan proses perhitungan dari awal dengan variabel yang tidak signifikan telah dikeluarkan dari model (Rukajat, 2018). Meskipun hanya terdapat satu atau dua variabel yang tidak signifikan, peneliti perlu memperbaiki model struktur analisis jalur yang telah dihipotesiskan karena akan mempengaruhi hasil yang diperoleh (Wikastra, 2017).

## Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan alat statistik yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan linier antara satu variabel dengan variabel lain (Suliyanto, 2005). Analisis korelasi yang sering digunakan adalah *Pearson Product Moment* (PPM) dengan data berjenis interval. Korelasi antara dua variabel dapat dikatakan signifikan jika hasil nilai dari  $(sig) < 0,050$ , sebaliknya suatu hubungan antara dua variabel dikatakan tidak signifikan jika nilai dari  $(sig) > 0,050$  (Sarwono, 2013). Kriteria pengukuran berdasarkan kategori koefisien korelasi ( $r$ ) dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 3.** Interpretasi Koefisien Korelasi ( $r$ )

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,80 – 1,000	Sangat kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Korelasi sangat kuat



## **Uji Asumsi Klasik**

### **A. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas merupakan uji untuk mengetahui apakah di dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual yang diamati. Apabila varian yang diamati bersifat tetap maka keadaan ini disebut sebagai homoskedastisitas sedangkan varian yang diamati menunjukkan adanya perubahan dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain maka kondisi data disebut heteroskedastisitas (Ismail, 2018). Model regresi yang baik apabila tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam suatu data. Indikasi terjadinya heteroskedastisitas atau tidak pada data dapat diketahui dengan cara mengamati *scatter plot* antara nilai prediksi terikat (ZPRED) dan residual (SRESID). Data dapat dikatakan terdapat heteroskedastisitas apabila titik – titik membentuk pola teratur pada sumbu X dan Y.

### **B. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara data pada periode saat ini dengan periode sebelumnya yang mana analisis regresi bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh atau tidak antara variabel bebas terhadap variabel terikat sehingga tidak boleh ada korelasi (hubungan) antara observasi dengan data observasi sebelumnya (Sutopo dan Slamet, 2017). Model regresi yang baik yaitu apabila tidak ditemukan autokorelasi di dalam suatu penelitian, apabila ditemukan atau didapatkan autokorelasi dalam suatu data maka

model regresi dapat dikatakan tidak baik. Pengujian autokorelasi dalam model regresi dilakukan dengan membandingkan nilai Durbin Watson pada perhitungan regresi dan nilai Durbin Watson pada tabel yang mana apabila  $Du < DW < 4-Du$  maka dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi (Zulfikar, 2016).

### **C. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi terdapat hubungan antar variabel bebas atau tidak (Purwoto, 2007). Model regresi yang baik yaitu dapat diketahui melalui nilai VIF dan *tolerance*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebasnya. Multikolonieritas dapat diketahui dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,100 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas (Purnomo, 2017).

### **3.6. Batasan Masalah dan Konsep Pengukuran Variabel**

1. Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang banyak dibudidayakan di Indonesia. Kopi banyak diolah untuk konsumsi yaitu dijadikan minuman dan memiliki banyak penggemar.
2. Loyalitas konsumen merupakan penilaian konsumen terhadap suatu produk dan membuat konsumen kembali mengonsumsi produk yang sudah pernah digunakan. Alat pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 6 (sangat setuju).

3. Kepuasan konsumen merupakan rasa terpenuhinya ekspektasi konsumen terhadap suatu produk yang telah dikonsumsi. Alat pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 6 (sangat setuju).
4. Harga produk merupakan nilai yang digunakan konsumen untuk memanfaatkan suatu barang atau jasa yang dibutuhkan. Alat pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 6 (sangat setuju).
5. Citarasa produk merupakan rangsangan indera pengecap terhadap suatu produk. Alat pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 6 (sangat setuju).
6. Kualitas pelayanan merupakan hasil evaluasi konsumen mengenai kinerja layanan yang diberikan. Alat pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 6 (sangat setuju).
7. Promosi merupakan kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk menarik minat beli dari konsumen tersebut. Alat pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 6 (sangat setuju).

**Tabel 4.** Indikator Penelitian

No.	Atribut	Indikator
<b>Harga Produk</b>		
1.	Keterjangkauan harga minuman kopi di Kafe Semasa	<p>1 = sangat tidak setuju (harga jauh melebihi standar pasar atau harga di kafe lain)</p> <p>2 = tidak setuju (harga melebihi standar pasar atau harga di kafe lain)</p> <p>3 = Kurang setuju (harga melebihi standar pasar namun masih memiliki persamaan dengan harga kafe lain)</p> <p>4 = Cukup setuju (memiliki harga yang sama dengan standar pasar dan beberapa kafe lain)</p> <p>5 = Setuju (harga di bawah atau lebih murah dari standar pasar)</p> <p>6 = Sangat setuju (harga jauh dibawah standar pasar)</p>
2.	Harga minuman kopi sesuai dengan produk yang ditawarkan	<p>1 = sangat tidak setuju (harga dirasa sangat mahal dan sangat tidak sesuai dengan kualitas produk minuman kopi Kafe Semasa)</p> <p>2 = Tidak setuju (harga dirasa mahal dan tidak sesuai dengan kualitas produk minuman kopi Kafe Semasa)</p> <p>3 = Kurang setuju (harga cukup mahal dan kurang sesuai dengan kualitas produk minuman Kafe Semasa)</p> <p>4 = Cukup setuju (harga yang ditetapkan cukup sesuai dengan kualitas produk minuman Kafe Semasa)</p> <p>5 = Setuju (harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk minuman kopi Kafe Semasa)</p> <p>6 = Sangat setuju (harga yang ditetapkan sudah sangat sesuai dengan kualitas produk minuman kafe Semasa)</p>
3.	Harga minuman kopi yang membuat ingin berkunjung kembali	<p>1 = sangat tidak setuju (Harga sangat tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)</p> <p>2 = Tidak setuju (Harga tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)</p> <p>3 = Kurang setuju (Harga kurang berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)</p>

4 = Cukup setuju (Harga cukup berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)  
 5 = Setuju (Harga berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)  
 6 = Sangat setuju (Harga sangat berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)

**Tabel 4.** Indikator Penelitian (Lanjutan)

No.	Atribut	Indikator
<b>Citarasa Produk</b>		
4.	Minuman Kopi di Kafe Semasa memiliki banyak varian pilihan	1 = Sangat tidak setuju (selalu memilih 1 varian yang sama setiap datang)
		2 = Tidak setuju (selalu memilih 2 – 4 varian yang berbeda setiap datang)
		3 = Kurang setuju (bisa memilih 5 – 7 varian berbeda setiap datang)
		4 = Cukup setuju (bisa memilih 8 – 11 varian berbeda setiap datang)
		5 = Setuju (bisa memilih 12 – 14 varian berbeda setiap datang)
		6 = Sangat setuju (bisa memilih 15 – 16 (semua varian minuman kopi) setiap datang)
5.	Minuman kopi di Kafe Semasa memiliki citarasa enak	1 = Sangat tidak setuju (citarasa kopi memiliki tingkat asam dan pahit yang sangat kuat)
		2 = Tidak setuju (citarasa kopi memiliki tingkat asam dan pahit yang kuat)
		3 = Kurang setuju (citarasa kopi asam saja atau citarasa kopi pahit saja)
		4 = Cukup setuju (citarasa kopi tidak terlalu asam dan/atau tidak terlalu pahit)
		5 = Setuju (citarasa kopi memiliki tingkat asam dan pahit yang bisa diterima)
		6 = Sangat setuju (citarasa kopi memiliki tingkat keasaman dan kepahitan yang rendah dan <i>soft</i> )
6	Citarasa minuman di Kafe Semasa membuat ingin berkunjung kembali	1 = Sangat tidak setuju (Citarasa sangat tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)
		2 = Tidak setuju (Citarasa tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)
		3 = Kurang setuju (Citarasa kurang

berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)  
 4 = Cukup setuju (Citarasa cukup berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)  
 5 = Setuju (Citarasa berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)  
 6 = Sangat setuju (Citarasa sangat berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)

**Tabel 4.** Indikator Penelitian (Lanjutan)

No.	Atribut	Indikator
<b>Kualitas Pelayanan</b>		
7.	Kafe Semasa memiliki fasilitas yang memadai dan nyaman	<p>1 = sangat tidak setuju (Fasilitas dari Kafe Semasa sangat tidak memadai dan tidak membuat nyaman)</p> <p>2 = Tidak setuju (Fasilitas dari Kafe Semasa sangat tidak memadai namun tidak terlalu mengganggu kenyamanan)</p> <p>3 = Kurang setuju (Fasilitas dari Kafe Semasa sedikit tidak memadai dan sedikit mengganggu kenyamanan)</p> <p>4 = Cukup setuju (Kafe Semasa perlu menambah beberapa fasilitas untuk menambah tingkat kenyamanan konsumen yang datang)</p> <p>5 = Setuju (Kafe Semasa memiliki fasilitas yang cukup untuk membuat nyaman)</p> <p>6 = Sangat setuju (Kafe Semasa sudah memiliki fasilitas yang sangat memadai untuk membuat konsumen merasa nyaman)</p>
8.	Kafe Semasa memiliki desain kafe yang menarik	<p>1 = sangat tidak setuju (Kafe Semasa tidak memiliki desain yang menarik perhatian)</p> <p>2 = Tidak setuju (Kafe Semasa memiliki desain yang kurang menarik)</p> <p>3 = Kurang setuju (Kafe Semasa memiliki desain yang kurang menarik namun bisa diperbaiki dengan menambah fasilitas)</p> <p>4 = Cukup setuju (Kafe Semasa memiliki desain yang cukup menarik konsumen)</p> <p>5 = Setuju (Kafe Semasa memiliki desain yang bagus dan menarik perhatian konsumen)</p> <p>6 = Sangat setuju (Kafe Semasa memiliki desain dan konsep yang berbeda dari kafe</p>

lain sehingga membuat konsumen sangat tertarik mengunjungi Kafe Semasa)

**Tabel 4.** Indikator Penilaian (Lanjutan)

No.	Atribut	Indikator
9.	Pelayanan di Kafe Semasa ramah dan bersahabat	1 = sangat tidak setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa sangat tidak ramah, tidak bersahabat, tidak tersenyum, dan lamban dalam melayani konsumen)
		2 = Tidak setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa tidak terlihat ramah seperti tidak tersenyum saat melayani dan tidak cekatan)
		3 = Kurang Setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa tidak terlihat tersenyum saat melayani, namun cukup cekatan)
		4 = Cukup setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa cukup ramah dan cukup cekatan hanya saat melayani konsumen)
		5 = Setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa tersenyum saat melayani, dan cekatan)
		6 = Sangat setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa ramah, bersahabat, tersenyum saat melayani, cekatan, dan mampu membuat konsumen merasa nyaman)
10.	Pelayanan dari Kafe Semasa membuat ingin berkunjung kembali	1 = sangat tidak setuju (Pelayanan sangat tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)
		2 = Tidak setuju (Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)
		3 = Kurang setuju (Pelayanan kurang berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)
		4 = Cukup setuju (Pelayanan cukup berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)
		5 = Setuju (Pelayanan berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)
		6 = Sangat setuju (Pelayanan sangat berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)
Promosi		
11.	Promosi yang dilakukan oleh Kafe Semasa menarik	1 = Sangat tidak setuju (Kafe Semasa tidak melakukan atau membuat promosi yang menarik)

- 2 = Tidak setuju (Kafe Semasa sudah memuat promosi namun tidak menarik)
- 3 = Kurang setuju (Kafe Semasa sudah membuat promosi namun kurang menarik dan beragam)
- 4 = Cukup setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang cukup menarik)
- 5 = Setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang menarik walaupun dengan sedikit ragam)
- 6 = Sangat setuju (Kafe Semasa melakukan dan memiliki berbagai macam promosi yang sangat menarik)

**Tabel 4.** Indikator Penilaian (Lanjutan)

No.	Atribut	Indikator
12.	Konten dari instagram Kafe Semasa menarik	<p>1 = sangat tidak setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa sangat kurang menarik, sangat membosankan, dan sangat monoton)</p> <p>2 = Tidak setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa memiliki konten yang membosankan dan monoton)</p> <p>3 = Kurang setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa monoton tapi cukup menarik)</p> <p>4 = Cukup setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa sudah baik namun perlu dibuat sedikit lebih menarik)</p> <p>5 = Setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa memiliki konten yang cukup menarik)</p> <p>6 = Sangat setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa sangat menarik)</p>
13.	Cara promosi Kafe Semasa membuat ingin berkunjung kembali	<p>1 = Sangat tidak setuju (Cara promosi sangat tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)</p> <p>2 = Tidak setuju (Cara promosi tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)</p> <p>3 = Kurang setuju (Cara promosi kurang berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)</p> <p>4 = Cukup setuju (Cara promosi cukup berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)</p> <p>5 = Setuju (Cara promosi berpengaruh terhadap keinginan berkunjung kembali)</p>



6 = Sangat setuju (Cara promosi sangat berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung kembali)

**Tabel 4.** Indikator Penelitian (Lanjutan)

No.	Atribut	Indikator
<b>Kepuasan Konsumen</b>		
14.	Kepuasan terhadap harga yang ditetapkan	<p>1 = Sangat tidak setuju (harga yang ditetapkan terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan sehingga sangat tidak memuaskan)</p> <p>2 = Tidak setuju (harga yang ditetapkan terlalu tinggi dibandingkan dengan standar pasar atau kafe yang lain sehingga tidak memuaskan)</p> <p>3 = Kurang setuju (harga yang ditetapkan sedikit lebih tinggi dari kafe lain dan kualitas produk biasa saja sehingga kurang memuaskan)</p> <p>4 = Cukup setuju (harga yang ditetapkan hampir sama dengan kafe lain dan kualitas produk biasa saja sehingga cukup memuaskan)</p> <p>5 = Setuju (harga yang ditetapkan sama dengan kafe lain dan memiliki kualitas produk yang unggul sehingga memuaskan)</p> <p>6 = Sangat setuju (harga yang ditetapkan sama dengan kafe lain atau lebih murah dan memiliki kualitas produk yang unggul sehingga sangat memuaskan)</p>
15.	Kepuasan terhadap citarasa minuman kopi Kafe Semasa	<p>1 = Sangat tidak setuju (Citarasa produk kopi sangat asam dan sangat pahit sehingga sangat tidak memuaskan)</p> <p>2 = Tidak setuju (Citarasa produk kopi asam dan pahit sehingga tidak memuaskan)</p> <p>3 = Kurang setuju (Citarasa produk kopi cukup asam dan cukup pahit sehingga kurang memuaskan)</p> <p>4 = Cukup setuju (Citarasa produk kopi sedikit asam dan sedikit pahit sehingga cukup memuaskan)</p> <p>5 = Setuju (Citarasa produk kopi memiliki rasa asam dan pahit yang pas sehingga memuaskan)</p> <p>6 = Sangat setuju (Citarasa produk kopi</p>

memiliki rasa asam dan pahit namun terasa *soft* sehingga sangat memuaskan)

**Tabel 4.** Indikator Penilaian (Lanjutan)

No.	Atribut	Indikator
16.	Kepuasan terhadap pelayanan dan fasilitas dari Kafe Semasa	1 = Sangat tidak setuju (Pelayanan dan fasilitas Kafe Semasa sangat buruk sehingga sangat tidak memuaskan)
		2 = Tidak setuju (Pelayanan dan fasilitas Kafe Semasa memiliki kekurangan sehingga tidak memuaskan)
		3 = Kurang setuju (Pelayanan dan fasilitas Kafe Semasa tidak cukup baik sehingga kurang memuaskan)
		4 = Cukup setuju (Pelayanan dan fasilitas Kafe Semasa memiliki cukup ramah dan bersahabat namun memiliki fasilitas Kafe yang kurang lengkap sehingga cukup memuaskan)
		5 = Setuju (Pelayanan dan fasilitas Kafe Semasa sudah ramah, bersahabat, dan memiliki fasilitas Kafe cukup lengkap sehingga memuaskan)
		6 = Sangat setuju (Pelayanan dan fasilitas Kafe Semasa sangat ramah, bersahabat, dan memiliki fasilitas Kafe yang sangat lengkap sehingga sangat memuaskan)
17.	Kepuasan terhadap promosi dari Kafe Semasa	1 = Sangat tidak setuju (Kafe Semasa tidak memiliki melakukan promosi, konten instagram monoton dan membosankan, sehingga sangat tidak memuaskan)
		2 = Tidak setuju (Kafe Semasa tidak memiliki promosi yang banyak, konten instagram membosankan sehingga tidak memuaskan)
		3 = Kurang setuju (Kafe Semasa memiliki promosi namun kurang menarik, konten instagram cukup membosankan sehingga kurang memuaskan)
		4 = Cukup setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang cukup menarik, konten instagram juga cukup menarik sehingga cukup memuaskan)
		5 = Setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang beragam dan konten instagram yang

cukup menarik sehingga memuaskan)  
 6 = Sangat setuju (Kafe Semasa rutin membuat promosi yang beragam, konten instagram tidak monoton dan terlihat sangat menarik sehingga sangat memuaskan)

**Tabel 4.** Indikator Penilaian (Lanjutan)

No	Atribut		Indikator
Loyalitas Konsumen			
18.	Bersedia merekomendasikan Kafe Semasa	Kafe	1 = Sangat tidak setuju (Tidak akan merekomendasikan Kafe Semasa kepada orang lain)
			2 = Tidak setuju (Tidak tertarik untuk merekomendasikan Kafe Semasa kepada orang lain)
			3 = Kurang setuju (Tidak merekomendasikan Kafe Semasa secara terus menerus)
			4 = Cukup setuju (Sesekali akan merekomendasikan Kafe Semasa kepada orang lain)
			5 = Setuju (Akan aktif merekomendasikan Kafe Semasa terhadap orang lain)
			6 = Sangat setuju (Aktif merekomendasikan, mengajak, dan mempengaruhi orang lain untuk datang ke Kafe Semasa)
19.	Tidak terpengaruh terhadap kafe yang sejenis		1 = Sangat tidak setuju (Merasa tertarik terhadap Kafe lain yang jauh lebih baik dari Kafe Semasa)
			2 = Tidak setuju (Kafe lain menyediakan hal hal yang lebih menarik, sehingga Kafe Semasa terlihat tidak menarik)
			3 = Kurang setuju (Kafe lain sedikit lebih menarik dibandingkan Kafe Semasa)
			4 = Cukup setuju (Kafe Semasa cukup memuaskan, namun tetap tertarik dengan kafe lain)
			5 = Setuju (Kafe Semasa cukup memuaskan sehingga kafe lain tidak menarik)
			6 = Sangat setuju (Kafe Semasa memiliki pelayanan yang terbaik sehingga tidak merasa terpengaruh terhadap kafe lain yang sejenis)

		1 = Sangat tidak setuju (Tidak akan membeli dan berkunjung lagi ke Kafe Semasa)
		2 = Tidak setuju (Kafe Semasa merupakan opsi terakhir untuk dikunjungi kembali)
		3 = Kurang setuju (Kafe Semasa bisa dipertimbangkan untuk dikunjungi lagi sesekali)
20.	Merasa akan tetap berkunjung dan membeli produk kopi	4 = Cukup setuju (Kafe Semasa bisa dipertimbangkan untuk dikunjungi lebih sering)
		5 = Setuju (Kafe Semasa merupakan opsi teratas dibanding kafe lainnya untuk dikunjungi kembali)
		6 = Sangat setuju (Kafe Semasa merupakan opsi utama untuk melakukan kunjungan kembali dan membeli produk kopi secara terus menerus)

**Tabel 4.** Indikator Penilaian (Lanjutan)

No.	Atribut	Indikator
		1 = Sangat tidak setuju (citarasa yang kurang baik dengan kenaikan harga yang tidak terjangkau)
		2 = Tidak setuju (citarasa kurang baik dengan kenaikan harga yang kurang terjangkau)
		3 = Kurang setuju (citarasa yang dimiliki produk minuman Kafe Semasa tidak setara dengan tingkat kenaikan harga)
21.	Merasa akan tetap berkunjung dan membeli produk kopi meski harga naik	4 = Cukup setuju (citarasa yang dimiliki produk minuman kopi Kafe Semasa setara dengan tingkat kenaikan harga)
		5 = Setuju (selama harga tidak terlalu tinggi dan masih sanggup melakukan pembelian)
		6 = Sangat setuju (produk kopi Kafe Semasa sangat memuaskan sehingga tidak masalah jika harganya mengalami kenaikan)
		1 = Sangat tidak setuju (Tidak akan kembali mengunjungi Kafe Semasa)
22.	Akan tetap berkunjung dan membeli produk kopi dari Kafe Semasa meski ada kafe lain yang lebih menarik	2 = Tidak setuju (tidak bersedia melakukan pembelian ulang dan lebih merasa tertarik dengan kafe lain)
		3 = Kurang setuju (kurang bersedia

melakukan pembelian ulang namun  
 sesekali akan berkunjung kembali ke Kafe  
 Semasa)  
 4 = Cukup setuju (bersedia melakukan  
 pembelian ulang, namun Kafe Semasa  
 hanya dijadikan salah satu opsi Kafe  
 pilihan yang ingin dikunjungi)  
 5 = Setuju (bersedia melakukan pembelian  
 ulang, namun sesekali mengunjungi Kafe  
 lain)  
 6 = Sangat setuju (bersedia melakukan  
 pembelian ulang dan setia terhadap produk  
 minuman kopi di Kafe Semasa dan tidak  
 tertarik dengan Kafe lain)

**Tabel 5.** Penilaian Tingkat Kinerja

No	Atribut	Penilaian
1	Anda merasa harga minuman kopi di <i>kafe Semasa</i> sudah sangat terjangkau	1 = Sangat tidak setuju (harga minuman kopi di Kafe Semasa jauh di atas standar pasar dan Kafe lainnya)
		2 = Tidak setuju (harga minuman kopi di Kafe Semasa terlalu mahal dibanding Kafe lainnya)
		3 = Cukup setuju (harga minuman kopi di Kafe Semasa cukup terjangkau)
		4 = Setuju (harga minuman kopi di Kafe Semasa sedikit lebih tinggi dari Kafe lainnya namun tetap terjangkau)
		5 = Sangat setuju (harga minuman kopi di Kafe Semasa sudah sesuai dengan standar pasar atau sama dengan Kafe lainnya)
2	Anda merasa harga minuman kopi di <i>kafe Semasa</i> tetap stabil	1 = sangat tidak setuju (harga minuman Kafe Semasa sering mengalami kenaikan yang terlalu tinggi)
		2 = Tidak setuju (harga minuman Kafe Semasa sering mengalami kenaikan yang tidak terlalu signifikan)
		3 = Cukup setuju (Harga minuman kafe Semasa cukup sering mengalami kenaikan)
		4 = Setuju (Harga minuman di Kafe Semasa jarang mengalami kenaikan)

		5 = Sangat setuju (Harga minuman di Kafe Semasa sudah stabil)
		1 = Sangat tidak setuju (Varian yang bisa dipilih setiap kali datang hanya sebanyak 1 – 3 varian)
3	Anda merasa minuman kopi di kafe Semasa memiliki banyak varian	2 = Tidak setuju (Varian yang bisa dipilih setiap kali datang hanya 4 - 6 varian) 3 = Cukup setuju (Varian yang bisa dipilih setiap kali datang hanya 7 – 9 varian) 4 = Setuju (Varian yang bisa dipilih setiap kali datang sebanyak 10 – 14 varian) 5 = Sangat setuju (Semua varian yang ada di Kafe Semasa bisa dijadikan pilihan setiap kali datang)

**Tabel 5.** Penilaian Tingkat Kinerja (Lanjutan)

No	Atribut	Penilaian
		1 = sangat tidak setuju (Kafe Semasa memiliki citarasa yang sangat asam dan pahit)
		2 = Tidak setuju (Kafe Semasa memiliki citarasa yang asam dan pahit yang cukup kuat)
4	Anda merasa minuman kopi di kafe Semasa memiliki citarasa yang enak	3 = Cukup setuju (Kafe Semasa perlu membuat citarasa kopinya lebih lembut agar mudah dikonsumsi) 4 = Setuju (Kafe Semasa memiliki citarasa yang cukup enak) 5 = Sangat setuju (Kafe Semasa sudah memiliki produk dengan citarasa enak dan memuaskan)
		1 = sangat tidak setuju (Fasilitas dari Kafe Semasa sangat tidak memadai dan tidak membuat nyaman)
5	Anda merasa fasilitas yang ada di kafe Semasa sudah cukup memadai dan nyaman	2 = Tidak setuju (Fasilitas dari Kafe Semasa sangat tidak memadai namun tidak terlalu mengganggu kenyamanan) 3 = Cukup setuju (Kafe Semasa perlu menambah beberapa fasilitas kecil untuk menambah tingkat kenyamanan konsumen)

4 = Setuju (Kafe Semasa memiliki fasilitas yang cukup untuk membuat nyaman)  
 5 = Sangat setuju (Kafe Semasa sudah memiliki fasilitas yang sangat memadai untuk membuat konsumen merasa nyaman)

**Tabel 5.** Penilaian Tingkat Kinerja (Lanjutan)

No	Atribut	Penilaian
6	Anda merasa pelayanan di kafe Semasa ramah dan bersahabat	1 = sangat tidak setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa sangat tidak ramah, tidak bersahabat, tidak tersenyum, dan lamban dalam melayani konsumen)
		2 = Tidak setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa tidak terlihat ramah seperti tidak tersenyum saat melayani dan tidak cekatan)
		3 = Cukup setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa tidak terlihat tersenyum saat melayani, namun cukup cekatan)
		4 = Setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa tersenyum saat melayani dan cukup cekatan)
		5 = Sangat setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa ramah, bersahabat, tersenyum saat melayani, cekatan, dan mampu membuat konsumen merasa nyaman)
7	Anda merasa kafe Semasa memiliki ciri khas sehingga mudah dikenali	1 = sangat tidak setuju (Kafe Semasa sama sekali tidak memiliki ciri khas yang menarik perhatian)
		2 = Tidak setuju (Kafe Semasa tidak memiliki ciri khas)
		3 = Cukup setuju (Kafe Semasa memiliki ciri khas namun tidak menarik)
		4 = Setuju (Kafe Semasa memiliki ciri khas yang cukup menarik)
8	Promosi yang dilakukan oleh kafe Semasa menarik dan beragam	5 = Sangat setuju (Kafe Semasa sudah memiliki ciri khas yang membuatnya berbeda dengan Kafe yang lain)
		1 = sangat tidak setuju (Kafe Semasa tidak memiliki promosi yang menarik dan beragam)
		2 = Tidak setuju (Kafe Semasa tidak memiliki promosi yang menarik)

3 = Cukup setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang tidak menarik namun beragam)  
 4 = Setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang cukup menarik dan cukup beragam)  
 5 = Sangat setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang sangat menarik dan sangat beragam)

**Tabel 5.** Penilaian Tingkat Kinerja (Lanjutan)

No	Atribut	Penilaian
9	Konten yang dibuat oleh akun <i>instagram kafe Semasa</i> menarik	1 = sangat tidak setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa sangat kurang menarik, sangat membosankan, dan sangat monoton)
		2 = Tidak setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa memiliki konten yang membosankan dan monoton)
		3 = Cukup setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa sudah baik namun perlu dibuat sedikit lebih menarik)
		4 = Setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa memiliki konten yang cukup menarik)
		5 = Sangat setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa sangat menarik)

**Tabel 6.** Penilaian Tingkat Kepentingan

No	Atribut	Penilaian
1	Anda merasa harga minuman kopi di <i>kafe Semasa</i> penting untuk diperbaiki	1 = Sangat tidak setuju (harga minuman kopi di Kafe Semasa sudah sesuai dengan standar pasar atau sama dengan dengan Kafe lainnya)
		2 = Tidak setuju (harga minuman kopi di Kafe Semasa sedikit lebih tinggi dari Kafe lainnya namun tetap terjangkau)
		3 = Cukup setuju (harga minuman kopi di Kafe Semasa tidak sesuai dengan harga standar pasar atau berbeda dengan kafe lainnya)
		4 = Setuju (harga minuman kopi di Kafe Semasa terlalu mahal dibanding Kafe lainnya)
		5 = Sangat setuju (harga minuma kopi



		di Kafe Semasa jauh di atas standar pasar dan Kafe lainnya)
		1 = sangat tidak setuju (Harga minuman di Kafe Semasa sudah stabil)
		2 = Tidak setuju (Harga minuman di Kafe Semasa jarang mengalami kenaikan)
2	Anda merasa harga minuman kopi di <i>kafe Semasa</i> perlu tetap stabil	3 = Cukup setuju (Harga minuman kafe Semasa cukup sering mengalami kenaikan)
		4 = Setuju (harga minuman Kafe Semasa mengalami sering mengalami kenaikan yang tidak terlalu signifikan)
		5 = Sangat setuju (harga minuman Kafe Semasa sering mengalami kenaikan yang terlalu tinggi)

**Tabel 6.** Penilaian Tingkat Kepentingan (Lanjutan)

No	Atribut	Indikator
		1 = sangat tidak setuju (Semua varian yang ada di Kafe Semasa bisa dijadikan pilihan setiap kali datang)
		2 = Tidak setuju (Varian yang bisa dipilih setiap kali datang sebanyak 10 – 14 varian)
3	Anda merasa <i>kafe Semasa</i> perlu memperbanyak varian produk kopi	3 = Cukup setuju (Varian yang bisa dipilih setiap kali datang hanya 7 – 9 varian)
		4 = Setuju (Varian yang bisa dipilih setiap kali datang hanya 4 - 6 varian)
		5 = Sangat setuju (Varian yang bisa dipilih setiap kali datang hanya sebanyak 1 – 3 varian)
		1 = sangat tidak setuju (Kafe Semasa sudah memiliki produk dengan citarasa enak dan memuaskan)
		2 = Tidak setuju (Kafe Semasa memiliki citarasa yang cukup enak)
4	Anda merasa <i>kafe Semasa</i> perlu meningkatkan citarasa produknya	3 = Cukup setuju (Kafe Semasa perlu membuat citarasa kopinya lebih lembut agar mudah dikonsumsi)
		4 = Setuju (Kafe Semasa memiliki citarasa yang asam dan pahit yang cukup kuat)
		5 = Sangat setuju (Kafe Semasa memiliki citarasa yang sangat asam dan

		pahit)
		1 = sangat tidak setuju (Kafe Semasa sudah memiliki fasilitas yang memadai untuk membuat konsumen merasa nyaman)
		2 = Tidak setuju (Kafe Semasa memiliki fasilitas yang cukup untuk membuat nyaman)
5	Anda merasa <i>kafe Semasa</i> perlu memperbaiki tingkat fasilitas dan kenyamanan	3 = Cukup setuju (Kafe Semasa perlu menambah beberapa fasilitas kecil untuk menambah tingkat kenyamanan konsumen) 4 = Setuju (Fasilitas dari Kafe Semasa sangat tidak memadai namun tidak terlalu mengganggu kenyamanan) 5 = Sangat setuju (Fasilitas dari Kafe Semasa sangat tidak memadai dan tidak membuat nyaman)

**Tabel 6.** Penilaian Tingkat Kepentingan

No	Atribut	Indikator
		1 = sangat tidak setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa ramah, bersahabat, tersenyum saat melayani, cekatan, dan mampu membuat konsumen merasa nyaman)
		2 = Tidak setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa tersenyum saat melayani, dan cukup cekatan)
6	Anda merasa pelayanan di <i>kafe Semasa</i> perlu lebih ramah dan bersahabat	3 = Cukup setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa tidak terlihat tersenyum saat melayani, namun cukup cekatan) 4 = Setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa tidak terlihat ramah seperti tidak tersenyum saat melayani dan tidak cekatan) 5 = Sangat setuju (Pelayanan dari Kafe Semasa sangat tidak ramah, tidak bersahabat, tidak tersenyum, dan lamban dalam melayani konsumen)
7	Anda merasa <i>kafe Semasa</i> perlu memiliki ciri khas sehingga mudah dikenali	1 = sangat tidak setuju (Kafe Semasa sudah memiliki ciri khas yang membuatnya berbeda dengan Kafe yang lain) 2 = Tidak setuju (Kafe Semasa memiliki ciri khas yang cukup menarik)

3 = Cukup setuju (Kafe Semasa memiliki ciri khas namun tidak menarik)  
 4 = Setuju (Kafe Semasa tidak memiliki ciri khas)  
 5 = Sangat setuju (Kafe Semasa sama sekali tidak memiliki ciri khas yang menarik perhatian)

**Tabel 6.** Penilaian Tingkat Kepentingan

No	Atribut	Indikator
8	Anda merasa promosi yang dilakukan oleh <i>kafe Semasa</i> perlu lebih menarik dan beragam	<p>1 = sangat tidak setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang sangat menarik dan sangat beragam)</p> <p>2 = Tidak setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang cukup menarik dan cukup beragam)</p> <p>3 = Cukup setuju (Kafe Semasa memiliki promosi yang tidak menarik namun beragam)</p> <p>4 = Setuju (Kafe Semasa tidak memiliki promosi yang menarik)</p> <p>5 = Sangat setuju (Kafe Semasa tidak memiliki promosi yang menarik dan beragam)</p>
9	Anda merasa konten yang dibuat oleh akun <i>instagram</i> Kafe Semasa perlu lebih menarik	<p>1 = Sangat tidak setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa memiliki konten yang sangat menarik)</p> <p>2 = Tidak setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa memiliki konten yang cukup menarik)</p> <p>3 = Cukup setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa perlu dibuat sedikit lebih menarik)</p> <p>4 = Setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa memiliki konten yang membosankan dan monoton)</p> <p>5 = Sangat setuju (konten <i>instagram</i> Kafe Semasa sangat kurang menarik, sangat membosankan, dan sangat monoton)</p>

