

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian



Gambar 4.1 Logo Bento Kopi
Sumber: facebook BENTO KOPI

Bento Kopi merupakan bisnis kuliner yang menawarkan minuman kopi sebagai produk utama. Bento Kopi berada di bawah naungan Bento Group Indonesia yang didirikan pada tahun 2012. Bento kopi juga menyediakan area *working space* dan sekaligus menjadi tempat kursus bahasa Inggris. Mahasiswa juga dapat menonton bersama atau sekedar meluangkan waktu untuk bersantai.

Saat ini Bento Kopi telah mempunyai 16 cabang di DIY maupun di luar DIY, yaitu cabang JAMAL, cabang UAD, cabang Maguwoharjo, cabang UMY, cabang Godean, cabang Nologaten, cabang Pogung, cabang Klebengan, cabang Concat, cabang Jakal, Kayen, cabang Bantul, cabang Klaten, cabang UMS, cabang Salatiga. Selain itu, Bento Kopi juga memiliki motto pelayanan 5S (*senyum, salam, sapa, sopan dan santun*).

Hal yang mendasari dalam penelitian ini adalah karena harga yang ditawarkan untuk makanan maupun minuman sangat murah mulai dari harga Rp 4.000 ke atas.

Tidak hanya minuman yang berbahan dasar kopi akan tetapi café ini juga menyediakan minuman yang berbahan dasar dari soda, susu, teh, dan buah, serta untuk makanannya juga beragam mulai dari makanan ringan hingga ke makanan berat. Selain harga yang murah keinginan untuk melihat faktor yang menyebabkan Bento Kopi Cabang Godean memiliki banyak pelanggan setiap harinya walaupun bisa dikatakan bahwa *coffee shop* cabang ini baru buka dalam kurun waktu sekitar 2 tahun ini yaitu pada tanggal 29 November 2021. Namun, cabang ini merupakan cabang paling luas diantara cabang Bento Kopi lainnya. Menurut tukang parkir yang bekerja disana untuk hari-hari biasa pelanggan yang datang pada cabang ini berkisar antara 250-300 pelanggan. Akan tetapi, untuk kapasitasnya keseluruhannya bisa mencapai kurang lebih 500 orang.

Cabang ini juga memiliki daya tarik tersendiri yaitu memiliki suasana yang sejuk sebab lokasi dari café ini bersebelahan dengan area persawahan yang menyebabkan pelanggan merasa nyaman berada disana. Bento kopi Godean juga dilengkapi dengan 2 area yaitu *indoor* dan *outdoor*. Untuk harganya sendiri Bento Kopi Cabang Godean memiliki harga yang masih ramah dikantong, apalagi bagi mahasiswa yang masih belum memiliki penghasilan sendiri (Wisata info, 2022).

4.1.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 211 responden yang akan disajikan dalam kelompok banyaknya berkunjung, jenis kelamin, domisili, usia, pekerjaan, penghasilan, minuman dan makanan yang sering dibeli ketika datang ke Bento Kopi Godean.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Banyaknya Berkunjung

Dalam penelitian ini menurut data penyebaran kuesioner, dianalisis bahwa responden berdasarkan banyaknya berkunjung dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Banyaknya Berkunjung

| No | Banyaknya Berkunjung | Jumlah | Persentase |
|--------|----------------------|--------|------------|
| 1 | 1 kali | 3 | 1,4% |
| 2 | 2-5 kali | 114 | 53,3% |
| 3 | 5-8 kali | 28 | 13,1% |
| 4 | >5 kali | 16 | 7,5% |
| 5 | >8 kali | 53 | 24,8% |
| Jumlah | | 214 | 100% |

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden dengan kunjungan 1 kali sebanyak 3 orang dengan persentase 1,4%, kunjungan sebanyak 2-5 kali sebanyak 114 orang dengan persentase 53,3%, kunjungan sebanyak 5-8 kali sebanyak 28 orang dengan persentase 13.1%, kunjungan >5 kali sebanyak 16 orang dengan persentase 7,5%, dan kunjungan sebanyak >8 kali sebanyak 53 orang dengan persentase 24,8%. Menurut kriteria yang telah ditentukan

diawal bahwa untuk responden dengan kunjungan sebanyak 1 kali tidak akan diterima, maka responden yang diterima dalam penelitian ini adalah sebanyak 211 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini mayoritas responden mengunjungi Bento Kopi Godean sebanyak 2-5 kali.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dibedakan menjadi 2 yaitu laki-laki dan perempuan yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|--------|---------------|--------|------------|
| 1 | Laki-laki | 93 | 44,1% |
| 2 | Perempuan | 118 | 55,9% |
| Jumlah | | 211 | 100% |

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Dari tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa responden perempuan lebih dominan dibanding laki-laki dengan jumlah perempuan sebanyak 118 orang dengan persentase sebesar 55,9% sedangkan laki-laki sebanyak 93 orang dengan persentase sebesar 44,1%. Maka dari itu, responden Bento Kopi Godean pada penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili Konsumen

Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh deskripsi responden berdasarkan domisili konsumen yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili
Konsumen

| No | Domisili | Jumlah | Persentase |
|--------|------------------------|--------|------------|
| 1 | Kota Yogyakarta | 44 | 20,9% |
| 2 | Kota/Kab. Sleman | 70 | 33,2% |
| 3 | Kota/Kab. Bantul | 56 | 26,5% |
| 4 | Kota/Kab. Gunung Kidul | 26 | 12,3% |
| 5 | Kota/Kab. Kulon Progo | 15 | 7,1% |
| Jumlah | | 211 | 100% |

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden yang berdomisili di Kota Yogyakarta sebanyak 44 orang dengan persentase 20,9%, berdomisili di Kota/Kab. Sleman sebanyak 70 orang dengan persentase 33,2%, berdomisili di Kota/Kab. Bantul sebanyak 56 orang dengan persentase 26,5%, berdomisili di Kota/Kab. Gunung Kidul sebanyak 26 orang dengan persentase 12,3%, dan yang berdomisili di Kota/Kab. Kulon Progo sebanyak 15 orang dengan persentase 7,1%. Maka dari itu, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan yang mengunjungi Bento Kopi Godean berdomisili di Kota/Kab. Sleman.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Dari data yang didapatkan setelah menyebarkan kuesioner dengan responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

| No | Usia | Jumlah | Persentase |
|----|-------------|--------|------------|
| 1 | <17 tahun | 9 | 4,3% |
| 2 | 18-22 tahun | 159 | 75,4% |
| 3 | >23 tahun | 43 | 20,4% |

| No | Usia | Jumlah | Persentase |
|----|--------|--------|------------|
| | Jumlah | 211 | 100% |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia <17 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 4,3%, usia 18-22 tahun sebanyak 159 orang dengan persentase 75,4%, dan yang berusia >23 tahun sebanyak 43 orang dengan persentase 20,4%. Dari hasil yang didapatkan, bisa disimpulkan bahwa usia pengunjung Bento Kopi Godean didominasi oleh konsumen yang berusia antara 18-22 tahun.

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh deskripsi responden berdasarkan pekerjaan konsumen yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No | Pekerjaan | Jumlah | Persentase |
|----|-------------------|--------|------------|
| 1 | Pelajar/Mahasiswa | 157 | 74,4% |
| 2 | Karyawan swasta | 29 | 13,7% |
| 3 | PNS | 10 | 4,7% |
| 4 | Pengusaha | 15 | 7,1% |
| | Jumlah | 211 | 100% |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 157 orang dengan persentase 74,4%, bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 29 orang dengan persentase 13,7%, bekerja sebagai PNS sebanyak 10 orang dengan persentase 4,7%, dan bekerja

sebagai pengusaha sebanyak 15 orang dengan persentase 7,1%. Maka dari itu, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan yang mengunjungi Bento Kopi Godean bekerja sebagai pelajar/mahasiswa.

f. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan

Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh deskripsi responden berdasarkan penghasilan konsumen yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan

| No | Penghasilan | Jumlah | Persentase |
|--------|---------------------|--------|------------|
| 1 | <1.000.000 | 108 | 51,2% |
| 2 | 1.000.000-2.000.000 | 59 | 28% |
| 3 | 2.000.000-4.000.000 | 31 | 14,7% |
| 4 | >4.000.000 | 13 | 6,2% |
| Jumlah | | 211 | 100% |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa responden yang berpenghasilan <1.000.000 sebanyak 108 orang dengan persentase 51,2%, berpenghasilan 1.000.000-2.000.000 sebanyak 59 orang dengan persentase 28%, berpenghasilan 2.000.000-4.000.000 sebanyak 31 orang dengan persentase 14,7%, dan berpenghasilan >4.000.000 sebanyak 13 orang dengan persentase 6,2%. Maka dari itu, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan yang mengunjungi Bento Kopi Godean memiliki penghasilan <Rp 1.000.000.

g. Deskripsi Responden Berdasarkan Menu Minuman yang Sering Dibeli

Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh deskripsi responden berdasarkan menu minuman yang sering dibeli oleh konsumen akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Menu Minuman yang Sering Dibeli

| No | Menu Minuman | Jumlah | Persentase |
|--------|------------------------------|--------|------------|
| 1 | <i>Coffee based</i> | 74 | 35,1% |
| 2 | <i>Artisan tea</i> | 24 | 11,4% |
| 3 | <i>Squash</i> | 24 | 11,4% |
| 4 | <i>Non Coffee Milk Based</i> | 38 | 18% |
| 5 | <i>Chocolate</i> | 34 | 16,1% |
| 6 | <i>Juices</i> | 17 | 8,1% |
| Jumlah | | 211 | 100% |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa pengunjung memesan minuman *coffee based* sebanyak 74 orang dengan persentase 35,1%, minuman *artisan tea* sebanyak 24 orang dengan persentase 11,4%, minuman *squash* sebanyak 24 orang dengan persentase 11,4%, minuman *non coffee milk based* sebanyak 38 orang dengan persentase 18%, minuman *chocolate* sebanyak 34 orang dengan persentase 16,1%, dan menu minuman *juices* sebanyak 17 orang dengan persentase 8,1%. Maka dari itu, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menu minuman *coffee based* merupakan minuman yang dipesan oleh mayoritas pelanggan yang mengunjungi Bento Kopi Godean.

h. Deskripsi Responden Berdasarkan Menu Makanan yang Sering Dibeli

Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh deskripsi responden berdasarkan menu makanan yang sering dibeli oleh konsumen akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Menu Makanan yang Sering Dibeli

| No | Menu Makanan | Jumlah | Persentase |
|--------|-------------------------|--------|------------|
| 1 | <i>Ricebowl</i> | 46 | 21,8% |
| 2 | <i>Noodle</i> | 22 | 10,4% |
| 3 | <i>Snack</i> | 83 | 39,3% |
| 4 | <i>Traditional food</i> | 29 | 13,7% |
| 5 | Roti Bakar | 31 | 14,7% |
| Jumlah | | 211 | 100% |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa pengunjung memesan menu makanan *ricebowl* sebanyak 46 orang dengan persentase 21,8%, menu makanan *noodle* sebanyak 22 orang dengan persentase 10,4%, menu makanan *snack* sebanyak 83 orang dengan persentase 39,3%, menu makanan *traditional food* sebanyak 29 orang dengan persentase 13,7%, dan menu makanan roti bakar sebanyak 31 orang dengan persentase 14,7%. Maka dari itu, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menu makanan *snack* merupakan makanan yang dipesan oleh mayoritas pelanggan yang mengunjungi Bento Kopi Godean.

4.1.3 Deskriptif Data Penelitian

Penelitian ini memiliki 4 variabel, yaitu *customer experience*, harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Yang mana kesemua variabel tersebut diukur menggunakan *first order*. Adapun masing-masing item pernyataan dan deskripsi statistic berupa *min*, *max*, *mean*, dan *standard deviation* dari masing-masing pernyataan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.9 *Descriptive Statistic*

| Item | Item Pernyataan | N | Mean | Min | Max | Standard Deviation |
|------|--|-----|-------|-----|-----|--------------------|
| X1.1 | Pelanggan tertarik dengan interior dari Bento Kopi Cabang Godean | 211 | 4,223 | 2 | 5 | 0,762 |
| X1.2 | Suasana di Bento Kopi Cabang Godean membuat pelanggan merasa senang | 211 | 4,052 | 2 | 5 | 0,730 |
| X1.3 | Staf Bento Kopi Cabang Godean aktif membantu dan memberikan pelayanan terbaik | 211 | 4,161 | 2 | 5 | 0,749 |
| X2.1 | Manfaat yang didapatkan dari produk Bento Kopi Cabang Godean memiliki manfaat yang sebanding harga yang ditawarkan | 211 | 3,948 | 2 | 5 | 0,827 |
| X2.2 | Harga yang ditawarkan oleh Bento Kopi Cabang Godean sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan | 211 | 4,081 | 2 | 5 | 0,753 |
| X2.3 | Harga yang dipatok oleh Bento Kopi | 211 | 4,156 | 1 | 5 | 0,808 |

| Item | Item Pernyataan | N | Mean | Min | Max | Standard Deviation |
|------|---|-----|-------|-----|-----|--------------------|
| | Cabang Godean dapat bersaing dengan pesaing disekitarnya | | | | | |
| Y1 | Saya merasa puas secara keseluruhan dengan Bento Kopi Cabang Godean | 211 | 4,175 | 2 | 5 | 0,749 |
| Y2 | Saya ingin berkunjung kembali ke Bento Kopi Cabang Godean di kemudian hari | 211 | 4,066 | 2 | 5 | 0,812 |
| Y3 | Saya tidak akan beralih ke <i>coffe shop</i> lain | 211 | 3,578 | 1 | 5 | 1,070 |
| Y4 | Saya ingin merekomendasikan Bento Kopi Cabang Godean kepada orang lain | 211 | 4,047 | 1 | 5 | 0,896 |
| Z1 | Saya kembali mengunjungi dan membeli produk di Bento Kopi Cabang Godean bersama teman atau keluarga | 211 | 4,038 | 1 | 5 | 0,881 |
| Z2 | Saya akan mengunjungi lagi Bento Kopi Cabang Godean dalam waktu dekat | 211 | 3,701 | 1 | 5 | 0,979 |
| Z3 | Saya tidak ingin mengunjungi café lain selain Bento Kopi Cabang Godean | 211 | 3,379 | 1 | 5 | 1,276 |
| Z4 | Saya tidak ingin membeli produk dari café lain selain Bento Kopi Cabang Godean | 211 | 3,351 | 1 | 5 | 1,288 |
| Z5 | Saya bersedia merekomendasikan Bento Kopi Cabang | 211 | 3,976 | 1 | 5 | 0,951 |

| Item | Item Pernyataan | N | Mean | Min | Max | Standard Deviation |
|------|--------------------------|---|------|-----|-----|--------------------|
| | Godean kepada orang lain | | | | | |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Dilihat berdasarkan tabel diatas jawaban atas item pernyataan bervariasi, yaitu pada kisaran min 1 atau 2 dan max 5. Namun, jawaban dari item pernyataan kuesioner menghasilkan jawaban yang setuju yaitu kisaran 3,3 sampai 4,2. Data yang didapatkan dalam penelitian juga dikatakan memiliki sebaran data yang baik, terlihat dari nilai deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-ratanya.

4.1.4 Uji Instrumen Penelitian

Pada uji instrument penelitian ini terdapat pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut ini adalah hasil pengujiannya:

A. Uji Validitas

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas Konvergen adalah hubungan antar skor indikator refleksif dengan skor variabel latennya. Validitas konvergen dikatakan dapat terpenuhi apabila nilai AVE pada tiap variabel $\geq 0,5$ (Sholihin & Ratmono, 2013).

Tabel 4.10 Validitas Konvergen

| Variabel | Average Variance Extracted (AVE) |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <i>Customer Experience</i> (X1) | 0,622 |
| Harga (X2) | 0,626 |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,638 |

| Variabel | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> |
|-------------------------|---|
| Loyalitas Pelanggan (Z) | 0,651 |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Dari hasil pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk validitas konvergen dari variabel *Customer Experience* adalah terpenuhi, karena nilai *average variance extraced (AVE)* adalah $0,622 \geq 0,5$. Variabel harga adalah $0,626 \geq 0,5$. Selanjutnya variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar $0,638 \geq 0,5$. Dan variabel Loyalitas Pelanggan dengan nilai sebesar $0,651 \geq 0,5$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian ini mempunyai tingkat validitas yang baik. Artinya instrumen dari semua variabel dianggap bagus untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Mencukupi atau tidaknya konstruk sebagai fungsi dari nilai *cross loading* faktor. Untuk menentukan *discriminant validity* dapat dilakukan dengan melihat koefisien korelasinya nilai konstruknya di atas atau lebih tinggi dari tiap angka koefisien indikator pada kolom konstruk lainnya maka variabel memiliki diskriminan yang memadai (Sholihin & Ratmono, 2013).

Tabel 4.11 *Cross Loadings*

| | Customer Experience (X1) | Harga (X2) | Kepuasan Pelanggan (Y) | Loyalitas Pelanggan (Z) |
|------|--------------------------|------------|------------------------|-------------------------|
| X1.1 | 0,777 | 0,418 | 0,631 | 0,581 |
| X1.2 | 0,780 | 0,490 | 0,504 | 0,516 |
| X1.3 | 0,809 | 0,510 | 0,554 | 0,516 |
| X2.1 | 0,500 | 0,781 | 0,549 | 0,526 |
| X2.2 | 0,458 | 0,796 | 0,561 | 0,513 |
| X2.3 | 0,460 | 0,796 | 0,585 | 0,561 |
| Y1 | 0,630 | 0,574 | 0,802 | 0,576 |
| Y2 | 0,560 | 0,608 | 0,816 | 0,605 |
| Y3 | 0,527 | 0,537 | 0,752 | 0,677 |
| Y4 | 0,578 | 0,564 | 0,823 | 0,646 |
| Z1 | 0,571 | 0,598 | 0,690 | 0,770 |
| Z2 | 0,606 | 0,628 | 0,636 | 0,826 |
| Z3 | 0,508 | 0,443 | 0,598 | 0,828 |
| Z4 | 0,481 | 0,507 | 0,617 | 0,823 |
| Z5 | 0,581 | 0,525 | 0,615 | 0,784 |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Pengujian validitas diskriminan pada SmartPLS menggunakan hasil uji *cross loading*, dengan ketentuan indikator harus mempunyai korelasi lebih tinggi dengan variabel lainnya. Dari hasil tabel 4.11 dapat dilihat bahwa indikator konstruk mempunyai korelasi lebih tinggi dibandingkan dengan indikator lainnya, dengan kata lain semua pengujian validitas diskriminan indikator sudah valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur dan menilai kekuatan dari semua jenis pernyataan dan konsistensi alat

ukur. Dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* \geq 0,7 (Sholihin & Ratmono, 2013).

Tabel 4.12 *Construct Reliability*

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Composite Reliability</i> | Kriteria |
|---------------------------------|-------------------------|------------------------------|----------|
| <i>Customer Experience</i> (X1) | 0,697 | 0,832 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0,702 | 0,834 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,810 | 0,876 | Reliabel |
| Loyalitas Pelanggan (Z) | 0,866 | 0,903 | Reliabel |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Dari hasil pengujian *Construct Reliability* and *Validity* diatas dapat disimpulkan bahwa variabel *Customer Experience* adalah reliabel, karena nilai *composite reliability* adalah sebesar $0,832 \geq 0,7$, variabel harga adalah $0,834 \geq 0,7$, variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,876 \geq 0,7$, dan variabel loyalitas pelanggan sebesar $0,903 \geq 0,7$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian ini mempunyai tingkat reliabel yang baik.

4.1.5 Pengujian Pengaruh Langsung dengan SEM

Pengujian ini digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis dengan melihat pada nilai perhitungan *path coefisien* pada pengujian *inner model*. Hipotesis dapat dikatakan terbukti atau diterima jika *P-value* sebesar $<0,05$ (Sholihin & Ratmono, 2013).

Tabel 4.13 *Path Coefficients*

| | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | <i>T Statistics (O/STDEV)</i> | <i>P-Values</i> |
|---|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------|
| Customer Experience (X1) -> Loyalitas Pelanggan (Z) | 0,248 | 0,255 | 0,055 | 4,512 | 0,000 |
| Harga (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,715 | 0,717 | 0,036 | 20,029 | 0,000 |
| Kepuasan Pelanggan (Y) -> Loyalitas Pelanggan (Z) | 0,607 | 0,603 | 0,054 | 11,155 | 0,000 |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan dari hasil *path coefficients* yang terdapat pada tabel diatas menunjukkan bahwa:

1. Variabel *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai koefisien jalur 0,248 dan *P-Value* 0,000 <0,05, artinya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.
2. Variabel harga terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien jalur 0,715 dan *P-Value* 0,000 <0,05, artinya memiliki pengaruh positif dan signifikan.
3. Pada variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,607 dan *P-Value* 0,000 <0,05, yang artinya memiliki pengaruh positif dan signifikan.

4.1.6 Pengujian Pengaruh Mediasi dengan SEM

Dalam analisis ini akan dilihat tingginya koefisien pengaruh baik langsung dan tidak langsung. Pengujian melalui mediasi untuk menggali lebih dalam apakah variabel mediasi berhasil memediasi pengaruh variabel independen terhadap dependen atau tidak, dapat ditentukan nilai *P-value* dan *Variance Accounted For* (VAF). Jika angka *P-value* $<0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. Dan jika nilai VAF $<20\%$ maka tidak ada efek mediasi, jika VAF berkisar $20\% - 80\%$, maka dikatakan mediasi parsial, jika VAF $>80\%$ maka menunjukkan mediasi penuh (*full mediation*). (Sholihin & Ratmono, 2013). Terlihat pada *Output Indirect Effects* dengan hasil output sebagai berikut:

Tabel 4.14 *Specific Indirects Effects*

| | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | <i>T Statistics (O/STDEV)</i> | <i>P Values</i> |
|---|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------|
| Harga (X2) -> Loyalitas Pelanggan (Z) | 0,434 | 0,433 | 0,047 | 9,225 | 0,000 |
| Harga (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Y) -> Loyalitas Pelanggan (Z) | 0,434 | 0,433 | 0,047 | 9,225 | 0,000 |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *p-value* pengaruh tidak langsung harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan sebesar 0,000. Dikarenakan nilai *p-value* $<0,05$ maka

dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Apabila dilihat dari nilai VAF yaitu dengan rumus:

$$VAF = \frac{P_{12} \times P_{23}}{(P_{12} \times P_{23}) + P_{13}}$$

$$VAF = \frac{0,715 \times 0,607}{(0,715 \times 0,607) + 0,434}$$

$$VAF = \frac{0,434}{(0,434) + 0,434}$$

$$VAF = \frac{0,434}{0,868}$$

$$VAF = 50\%$$

Sehingga dilihat dari nilai VAF yaitu sebesar 50% maka, hasilnya adalah sebagai pemediasi parsial karena nilai VAF berada diantara 20%-80%.

4.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian dari *path coefficients*. Pada penelitian ini apabila *original sampel* (koefisien jalur) bernilai positif dan nilai *P-value* <0,05 maka hipotesis diterima, akan tetapi jika *P-value* >0,05 maka hipotesis ditolak (Sholihin & Ratmono, 2013). Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis

| No | Hipotesis | <i>P-value</i> | <i>Path Coefficients</i> | Keterangan | Arah Pengaruh |
|----|--|----------------|--------------------------|------------|---------------|
| 1 | H1: Terdapat pengaruh langsung antara <i>Customer Experience</i> terhadap loyalitas pelanggan. | 0,000 | 0,248 | Diterima | Positif |
| 2 | H2: Terdapat pengaruh langsung antara harga dan kepuasan pelanggan. | 0,000 | 0,715 | Diterima | Positif |
| 3 | H3: Terdapat pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. | 0,000 | 0,607 | Diterima | Positif |
| 4 | H4: Kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan. | 0,000 | 0,434 | Diterima | Positif |

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. **Hipotesis 1** diterima karena terdapat pengaruh langsung antara *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan dengan arah pengaruh positif positif dan signifikan. Nilai *path coefficients* sebesar 0,248 dan *P-value* sebesar 0,000 <0,05. Sehingga semakin tinggi *customer experience* maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.
2. **Hipotesis 2** diterima karena terdapat pengaruh langsung anantara harga terhadap kepuasan pelanggan dengan arah pengaruh positif dan signifikan. Nilai *path coefficients* sebesar 0,715 dan *P-value* sebesar

0,000 <0,05. Sehingga harga yang ditentukan saat ini telah dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi.

3. **Hipotesis 3** diterima karena terdapat pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan arah pengaruh positif dan signifikan. Nilai *path coefficients* sebesar 0,607 dan *P-value* sebesar 0,000 <0,05. Sehingga semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.
4. **Hipotesis 4** diterima karena kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan Bento Kopi Godean. Dengan ditunjukkan nilai *path coefficients* sebesar 0,434 dan *P-value* sebesar 0,000 <0,05 yang berarti signifikan. Sehingga semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini berjudul pengaruh *customer experience* dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Bento Kopi Cabang Godean dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi harga ke loyalitas pelanggan. Setelah menyebar kuesioner kepada pelanggan Bento Kopi Cabang Godean untuk mengetahui bagaimana pengaruh *customer experience* dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi, kemudian pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0. Dari hasil analisis yang dilakukan terdapat adanya pengaruh *customer experience* dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Berikut adalah pembahasannya:

4.3.1 Pengaruh langsung antara *Customer Experience* terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan hasilnya adalah menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh langsung antara terhadap loyalitas pelanggan dengan arah pengaruh positif positif dan signifikan di Bento Kopi Godean. Hal ini terbukti dengan jelas adanya hasil koefisien pengaruh langsung sebesar 0,248 dan *P-value* sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Al Amrie *et al.* (2021) yang menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Setiap peristiwa atau kejadian kehidupan dapat dilibatkan dalam sebuah pengalaman. Berawal dari pengalaman yang baik dapat memberikan sensasi yang berbeda kepada setiap konsumen untuk merasakan produk barang atau jasa. Sebagai seorang pemasar harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen tersebut mendapatkan pengalaman yang berharga.

Dengan membangun *customer experience* yang baik seperti pengalaman pelanggan mengenai interior dan suasana yang dirasakan oleh pelanggan yang datang mengunjungi. Staf Bento Kopi Godean mampu membantu dan memberikan pelayanan yang baik sehingga tingkat loyalitas pelanggan semakin meningkat,

datang berulang kali serta mau merekomendasikan kepada orang lain.

4.3.2 Pengaruh langsung antara harga dan kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan hasilnya adalah menunjukkan bahwa harga berpengaruh langsung antara terhadap kepuasan pelanggan dengan arah pengaruh positif dan signifikan di Bento Kopi Cabang Godean. Hal ini terbukti dengan jelas adanya hasil koefisien pengaruh langsung sebesar 0,715 dan P-value sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Albari dan Kartikasari, (2019) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penetapan harga pelaku usaha tidak boleh sampai salah karena itu merupakan salah satu kunci agar usaha mereka sukses dalam memasarkan barang atau jasa.

Untuk menciptakan loyalitas pelanggan perusahaan juga harus bisa menentukan harga yang cocok terhadap modal yang mereka keluarkan agar mereka tidak mengalami kerugian sehingga usaha mereka juga tetap berjalan dan bertahan di dunia bisnis. Penetapan harga pula harus melihat target market mereka, tidak boleh sampai adanya kesenjangan sosial antara pelanggan yang mereka sasar dengan harga yang mereka tetapkan, dengan kata lain

harga yang mereka tetapkan harus selaras dengan isi kantong dari calon pelanggan mereka.

Produk yang ditawarkan Bento Kopi Godean kepada pelanggan telah sebanding dengan harga yang mereka tetapkan mulai mulai dari manfaat dan kualitas produk. Untuk harganya juga dapat bersaing dengan café-café lain yang ada disekitarnya. Terbukti dengan respon pelanggan yang menyatakan bahwa ketiga hal tersebut memiliki nilai yang sangat baik.

4.3.3 Pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan hasilnya adalah menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh langsung antara terhadap loyalitas pelanggan dengan arah pengaruh positif dan signifikan di Bento Kopi Godean. Hal ini terbukti dengan jelas adanya hasil koefisien pengaruh langsung sebesar 0,607 dan *P-value* sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Kurniawan, (2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan kepuasan pelanggan yang terpenuhi secara maksimal membuat kepuasan pelanggan ini menjadi dasar dari terjadinya loyalitas pelanggan.

Ketika pelanggan merasa puas dengan apa yang telah didapatkan dari sebuah perusahaan mulai dari interior, eksterior, suasana, dan lainnya akan membuat pelanggan merasa memiliki tingkat loyalitas yang tinggi sehingga mereka akan mau menyarankan orang lain untuk menggunakan atau memiliki produk dari perusahaan tersebut dan juga pelanggan itu akan berulang kali menggunakan jasa atau barang dari perusahaan yang menurut mereka lebih baik dari perusahaan lain.

4.3.4 Kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan

Dari hasil pengolahan data didapatkan bahwa harga mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji *Indirect Effect* didapatkan nilai *P-value* 0,000 <0,05, sehingga hipotesis ke-4 “Kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan Bento Kopi Godean” terbukti dapat dinyatakan diterima. Kemudian dilihat dari nilai VAF sebesar 50%, maka kepercayaan hanya mampu memediasi secara parsial dikarenakan berada dinilai antara 20%-80%.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bismala, (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi harga terhadap loyalitas pelanggan. Dikarenakan ketika pelanggan bisa cocok dengan harga yang

ditentukan oleh perusahaan maka pelanggan akan puas sehingga dapat meningkatkan rasa loyalitas pelanggan itu sendiri.

Ketika pelanggan Bento Kopi Godean puas dengan harga yang telah ditentukan apalagi jika harapan seorang pelanggan tentang produk dapat sebanding atau lebih baik dari harga yang telah diterima maka hal tersebut akan membuat rasa loyalitas pelanggan menjadi lebih meningkat sehingga pelanggan akan berulang kali datang ke Bento Kopi Godean dan mau merekomendasikan kepada orang lain.

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA