

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian



Gambar 4. 1 Logo Bento Kopi

Bento Kopi yakni *coffee shop* yang berlokasi di Yogyakarta. Bento kopi berdiri pada tahun 2012 hingga saat ini berkembang dan sudah memiliki 13 cabang yang tersebar di Yogyakarta. Bento Kopi saat ini memiliki perusahaan resmi yang bernama PT. Muda Bangun Semesta yang dikelola secara profesional dan bergerak dibidang *cafe*, kontraktor, dan juga *real estate*.

Bento Kopi cabang Godean memiliki daya tarik utama dimana *cafe* ini menyuguhkan persona alam yang tempatnya dibangun di area persawahan. Bento Kopi cabang Godean menawarkan 2 area, yaitu *outdoor* dan *indoor*. *Cafe* ini memiliki desain yang sesuai ciri khas minimalis dan didominasi dengan kaca pada dindingnya. Sedangkan pada *outdoor*nya, memiliki area yang dilengkapi oleh payung dan juga area lesehan yang beralaskan rumput dengan fasilitas meja pendek dan bantal *beanbag*. Sehingga

cafe ini cocok untuk tempat nongkrong, tempat mengerjakan tugas kuliah bersama teman, dan cafe ini juga menyediakan tempat khusus bagi pelanggan yang ingin mengadakan *meeting* bersama rekan kerja.

2. Karakteristik Responden

Studi ini melibatkan 100 responden yang disajikan dalam kelompok jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, serta seberapa sering berkunjung ke Bento Kopi cabang Godean.

a) Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – laki	36	36%
2	Perempuan	64	64%
	Total	100	100%

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Sesuai dengan tabel tersebut menunjukkan responden dengan berjenis kelamin perempuan berjumlah 64 dengan tingkat persentase 64% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki memiliki total 36 dengan tingkat persentase 36%. Demikian dapat disimpulkan bahwa pelanggan dari Bento Kopi cabang Godean didominasi perempuan.

b) Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 18 Tahun	2	2%
2	18 – 23 Tahun	70	70%
3	> 23 Tahun	28	28%
	Total	100	100%

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Tabel diatas mengindikasikan jika responden berusia <18 tahun berjumlah 2 dengan tingkat persentase 2%, responden dengan usia 18-23 tahun dengan jumlah 70 yang tingkat persentase 70%, dan responden berusia >23 tahun berjumlah 28 dengan tingkat persentase 28%. Hal ini menjelaskan jika pelanggan Bento Kopi cabang Godean mayoritas berusia 18-23 tahun.

c) Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	2	2%
2	Mahasiswa	66	66%
3	Karyawan	28	28%
4	Ibu rumah tangga	2	2%
5	Feelancer	1	1%
6	Pendidik	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan responden dengan pekerjaan pelajar memiliki jumlah 2 orang dengan tingkat persentase 2%, pekerjaan mahasiswa memiliki jumlah 66 orang tingkat persentase 66%, responden dengan pekerjaan karyawan berjumlah 28 orang memiliki tingkat persentase 28%, responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga total 2 orang yang mempunyai tingkat persentase 2%, sedangkan responden yang bekerja sebagai *freelance* dan pendidik masing-masing berjumlah 1 orang yang memiliki tingkat persentase 1%. Sehingga kesimpulan penelitian

ini sebagian besar pelanggan di Bento Kopi cabang Godean didominasi oleh mahasiswa.

d) Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4. 4 Responden berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	< Rp 1.000.000	32	32%
2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	36	36%
3	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	21	21%
4	Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	11	11%
	Total	100	100%

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Sesuai tabel diatas mampu menunjukkan jika responden berpendapatan <Rp 1.000.000 berjumlah 32 orang (32%), responden yang berpendapatan Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 berjumlah 36 orang (36%), responden dengan pendapatan Rp 2.000.000-Rp 3.000.000 berjumlah 21 orang (21%) serta responden dengan pendapatan Rp 3.000.000-Rp 5.000.000 berjumlah 11 orang (11%). Sehingga hasil dari penelitian adalah pelanggan dengan pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 yang mendominasi pelanggan di Bento Kopi cabang Godean.

e) Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan dalam Sebulan

Tabel 4. 5 Responden berdasarkan Jumlah Kunjungan

No	Kunjungan	Jumlah	Persentase
1	2 – 3 Kali	56	56%
2	4 – 5 Kali	27	27%
3	> 5 Kali	17	17%
	Total	100	100%

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas, responden dengan kunjungan 2-3 kali terdapat 56 orang (56%), responden dengan jumlah kunjungan 4-5 kali terdapat 27 orang (27%), serta responden dengan kunjungan >5 kali berjumlah 17 orang dengan persentase 17%. Sehingga pada penelitian ini mayoritas responden berkunjung ke Bento Kopi cabang Godean sebanyak 2-3 kali.

B. Deskriptif Data Penelitian

Variabel penelitian ini yakni harga, kualitas pelayanan, lokasi serta loyalitas pelanggan. Adapun masing-masing item pertanyaan dan deskripsi statistik berupa min, max, mean serta standar deviasi.

Tabel 4. 6 Descriptive Statistic

<i>Descriptive Statistic</i>						
Item	Item Pertanyaan	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
X1.1	Harga produk dari Bento Kopi cabang Godean sesuai dengan kualitas produk yang diterima oleh konsumen	100	2.000	5.000	3.860	0.721
X1.2	Bento Kopi cabang Godean memiliki harga produk yang terjangkau	100	2.000	5.000	3.880	0.765
X1.3	Harga di Bento Kopi cabang Godean lebih ekonomis dibandingkan cafe lain	100	2.000	5.000	3.860	0.813
X1.4	Harga di Bento Kopi Godean sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	100	2.000	5.000	3.960	0.799

Item	Item Pertanyaan	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
X2.1	Bento Kopi Godean memiliki peralatan <i>coffee shop</i> terbaru	100	1.000	5.000	3.860	0.849
X2.2	Fasilitas di Bento Kopi Godean seharusnya menarik untuk dilihat	100	2.000	5.000	4.000	0.812
X2.3	Karyawan Bento Kopi Godean berpakaian baik dan rapi	100	2.000	5.000	4.110	0.773
X2.4	Bento Kopi Godean sangat bisa diandalkan	100	2.000	5.000	3.880	0.739
X2.5	Bento Kopi Godean memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan	100	2.000	5.000	4.130	0.770
X2.6	Bento Kopi Godean menyimpan catatan layanan jasanya secara akurat	100	1.000	5.000	3.340	0.803
X2.7	Pelanggan mendapatkan layanan yang cepat dari Bento Kopi Godean	100	2.000	5.000	3.970	0.754
X2.8	Karyawan Bento Kopi Godean tidak selalu mau membantu anda sebagai konsumen	100	2.000	5.000	3.790	0.816
X2.9	Karyawan Bento Kopi Godean dapat merespon <i>request</i> anda dengan cepat.	100	2.000	5.000	3.960	0.692
X2.10	Pelanggan bisa mempercayai karyawan Bento Kopi Godean	100	2.000	5.000	4.020	0.648

Item	Item Pertanyaan	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
X2.11	Pelanggan merasa aman ketika melakukan transaksi dengan karyawan Bento Kopi Godean	100	2.000	5.000	3.980	0.707
X2.12	Karyawan Bento Kopi Godean menghormati dan sopan kepada pelanggan	100	2.000	5.000	4.080	0.703
X2.13	Bento Kopi Godean memberikan perhatian kepada pelanggan secara individu	100	2.000	5.000	3.970	0.685
X2.14	Bento Kopi Godean mengutamakan kepentingan pelanggan	100	2.000	5.000	4.170	0.736
X2.15	Bento Kopi Godean mempunyai jam operasional yang sesuai dengan keinginan semua pelanggan.	100	2.000	5.000	3.950	0.684
X3.1	Bento Kopi Godean memiliki lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan.	100	3.000	5.000	4.180	0.572
X3.2	Bento Kopi Godean memiliki tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman.	100	2.000	5.000	4.170	0.722
X3.3	Lokasi Bento Kopi Godean dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.	100	3.000	5.000	4.310	0.643

Item	Item Pertanyaan	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
X3.4	Di Bento Kopi Godean, lalu lintasnya ramai sehingga dapat memberikan peluang besar terjadinya pembelian.	100	2.000	5.000	4.020	0.678
Y1.1	Saya melakukan pembelian ulang produk di Bento Kopi cabang Godean	100	2.000	5.000	3.990	0.700
Y1.2	Saya akan tetap mengkonsumsi produk dari Bento Kopi cabang Godean	100	2.000	5.000	3.850	0.792
Y1.3	Saya akan merekomendasikan produk Bento Kopi cabang Godean kepada orang lain	100	2.000	5.000	3.910	0.763

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Dari tabel 4.6 mengindikasikan bahwa jawaban dari nilai standar deviasi, responden memiliki nilai lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata. Nilai *mean* berfungsi untuk melihat nilai dari rata-rata jawaban responden untuk setiap item, sedangkan standar deviasi adalah nilai simpangan baku yang berfungsi melihat persebaran data pada hasil penelitian. Dari tabel diatas maka dapat diartikan penelitian ini memiliki persebaran data yang baik dikarenakan nilai standar deviasi setiap itemnya lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata atau *mean*, dan data tersebut bersifat homogen.

Variabel harga memiliki nilai *mean* sebesar 3.890 sedangkan standar deviasi sebesar 0.779. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *mean* 3.947 dan memiliki nilai standar deviasi 0.744. Variabel lokasi memiliki nilai *mean* 4.170 sedangkan standar deviasi sebesar 0.653. Variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai *mean* 3.916 sedangkan nilai dari standar deviasi sebesar 0.721. Kesimpulan penelitian ini mempunyai persebaran data yang baik, dibuktikan dengan standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean*.

Variabel harga memiliki *mean* sebesar 3.890 dengan nilai *mean* terbesar terdapat pada indikator X1.4 yaitu “Harga di Bento Kopi Godean sesuai dengan manfaat yang saya rasakan” sebesar 3.960 yang berarti sebagian besar responden memiliki kategori setuju terhadap pernyataan tersebut, serta nilai *mean* paling kecil pada indikator X1.1 yaitu “Harga produk dari Bento Kopi cabang Godean sesuai dengan kualitas produk yang diterima oleh konsumen” dan X1.3 yaitu “Harga di Bento Kopi cabang Godean lebih ekonomis dibandingkan dengan cafe lain” masing-masing sebesar 3.860 yang berarti sebagian besar dari jawaban responden pada kategori setuju terhadap pernyataan tersebut.

Variabel kualitas pelayanan memiliki *mean* sebesar 3.947 dengan nilai *mean* terbesar terdapat pada indikator X2.14 yaitu “Bento Kopi Godean mengutamakan kepentingan pelanggan” sebesar 4.170 yang berarti sebagian besar jawaban responden memiliki kategori setuju terhadap pernyataan tersebut, serta nilai *mean* paling kecil pada indikator X2.6 yaitu

“Bento Kopi Godean menyimpan catatan layanan jasanya secara akurat” sebesar 3.340 yang berarti sebagian besar dari jawaban responden pada kategori netral terhadap pernyataan tersebut.

Variabel lokasi memiliki *mean* sebesar 4.170 dengan nilai *mean* terbesar terdapat pada indikator X3.3 yaitu “Lokasi Bento Kopi Godean dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan” sebesar 4.310 yang berarti sebagian besar responden memiliki kategori setuju terhadap pernyataan tersebut, serta nilai *mean* paling kecil pada indikator X3.4 yaitu “Di Bento Kopi Godean, lalu lintasnya ramai sehingga dapat memberikan peluang besar terjadinya pembelian” sebesar 4.020 yang berarti sebagian besar dari jawaban responden pada kategori setuju terhadap pernyataan tersebut.

Variabel loyalitas pelanggan dengan *mean* sebesar 3.916 dengan nilai *mean* terbesar pada indikator Y1.1 yaitu “Saya melakukan pembelian ulang produk di Bento Kopi cabang Godean” sebesar 3.990 yang berarti sebagian besar responden memiliki kategori setuju terhadap pernyataan tersebut, serta nilai *mean* paling kecil terdapat pada indikator Y1.2 yaitu “Saya akan tetap mengonsumsi produk dari Bento Kopi cabang Godean” sebesar 3.850 yang berarti sebagian besar dari jawaban responden pada kategori setuju terhadap pernyataan tersebut.

C. Analisis Data

Pada penelitian ini terdapat uji instrument diantaranya Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Berikut hasil pengujiannya:

1. Uji Validitas

a) Validitas Konvergen

Validitas konvergen yakni gambaran sejauh mana indikator-indikator refleksi berhubungan satu sama lain. Tahap ini memiliki 2 kriteria yang akan dianalisis yaitu dari *outer loading* dan nilai *average variance Extracted (AVE)*. Validitas konvergen mampu dikatakan terpenuhi ketika nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada setiap variabelnya ≥ 0 , (Ghozali & Latan, 2014).

Tabel 4. 7 Tabel *Outer Loading*

	Harga	Kualitas Pelayanan	Lokasi	Loyalitas Pelanggan
X1.1	0,764			
X1.2	0.849			
X1.3	0,798			
X1.4	0,892			
X2.1		0,674		
X2.2		0,754		
X2.3		0,789		
X2.4		0,697		
X2.5		0,759		
X2.6		0,564		
X2.7		0,719		
X2.8		0,432		
X2.9		0,679		
X2.10		0,731		
X2.11		0,850		
X2.12		0,725		
X2.13		0,825		
X2.14		0,507		
X2.15		0,762		
X3.1			0,749	
X3.2			0,705	
X3.3			0,745	
X3.4			0,737	

Y1.1				0,746
Y1.2				0,899
Y1.3				0,801

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari hasil tabel *outer loading* diatas, hampir seluruh dari indikator konstruk memiliki nilai diatas *rule of thumb* 0,7 (Ghozali & Latan, 2014). Akan tetapi pada variabel kualitas pelayanan masih terdapat beberapa indikator yang masih belum memenuhi, antara lain: X2.1= 0,674, X2.4= 0,697, X2.6= 0,564 X2.8= 0,432, X2.9= 0,679 dan X2.14= 0,507. Indikator tersebut belum memenuhi nilai *outer loading* yang disyaratkan, sehingga indikator perlu dihapus dari model. Dengan dihapusnya indikator dari variabel kualitas pelayanan maka variabel tersebut hanya memiliki sembilan indikator. Indikator yang dihapus pada variabel tersebut bertujuan untuk memperbaiki model supaya tidak berpengaruh negatif terhadap pengujian selanjutnya yang akan dilakukan.

Tabel 4. 8 Validitas Konvergen

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Harga	0,684
Kualitas Pelayanan	0,624
Lokasi	0,539
Loyalitas Pelanggan	0,669

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji diatas mampu diambil kesimpulan bahwa validitas konvergen dari variabel harga dapat terpenuhi, karena nilai dari *Average Variance Extracted* (AVE) yaitu 0,684

$\geq 0,5$. Selanjutnya variabel pada kualitas pelayanan yaitu $0,624 \geq 0,5$. Variabel lokasi dikatakan terpenuhi karena memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yaitu $0,539 \geq 0,5$. Variabel loyalitas pelanggan mempunyai nilai yaitu $0,669 \geq 0,5$. Penelitian ini menyatakan bahwa setiap variabel mempunyai tingkat validitas yang baik. Maka, dinyatakan bahwa instrumen dari semua variabel dianggap bagus untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

b) Validitas Diskriminan

Tabel 4. 9 Cross Loadings

	Harga	Kualitas Pelayanan	Lokasi	Loyalitas Pelanggan
X1.1	0,764	0,607	0,362	0,567
X1.2	0,849	0,655	0,379	0,603
X1.3	0,798	0,604	0,459	0,656
X1.4	0,892	0,704	0,379	0,658
X2.2	0,678	0,729	0,392	0,668
X2.3	0,554	0,833	0,411	0,585
X2.5	0,526	0,807	0,377	0,555
X2.7	0,624	0,700	0,392	0,582
X2.10	0,511	0,737	0,438	0,529
X2.11	0,630	0,880	0,457	0,548
X2.12	0,575	0,737	0,538	0,517
X2.13	0,613	0,864	0,422	0,516
X2.15	0,524	0,802	0,391	0,489
X3.1	0,279	0,290	0,749	0,375
X3.2	0,397	0,408	0,705	0,395
X3.3	0,356	0,405	0,745	0,409
X3.4	0,368	0,474	0,737	0,435
Y1.1	0,583	0,507	0,457	0,747
Y1.2	0,672	0,601	0,472	0,899
Y1.3	0,589	0,623	0,424	0,801

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Hasil uji *cross loading* dapat digunakan untuk melihat validitas diskriminan di *SmartPLS*, dimana nilai indikator harus memiliki nilai $>0,70$ (Ghozali & Latan, 2014). Dari hasil tabel diatas mampu dilihat bahwa indikator konstruk memiliki nilai sebesar $> 0,70$. Dengan demikian, semua pengujian validitas diskriminan terhadap indikator sudah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yakni alat yang berfungsi menilai kekuatan dari seluruh jenis pertanyaan serta tingkat konsistensi dari alat ukur. Dinyatakan reliabel apabila nilai dari *composite reliability* $>0,7$ (Ghozali & Latan, 2014).

Tabel 4. 10 *Construct Reliability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Kriteria
Harga	0,845	0,896	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,924	0,937	Reliabel
Lokasi	0,715	0,824	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,749	0,858	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil dari *Construct Reliability and validity* diatas menyatakan bahwa variabel harga adalah reliabel, ini dikarenakan nilai dari *composite reliability* sebesar $0,896 \geq 0,70$. Variabel kualitas pelayanan juga menunjukkan nilai $0,937 \geq 0,70$ yang dapat dikatakan reliabel. Selanjutnya variabel lokasi memiliki nilai sebesar $0,824 \geq 0,70$ serta

variabel loyalitas pelanggan mempunyai nilai sebesar $0,858 \geq 0,70$. Sehingga mampu disimpulkan bahwa semua variabel penelitian memiliki tingkat reliabel yang baik. email research.unjayalibrary@gmail.com

3. Uji Model Struktural

Tabel 4. 11 Uji model Struktural

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,096	0,096

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Uji model struktural atau uji *goodness of fit model* menunjukkan bahwa nilai SRMR masih dibawah 0,10 maka model penelitian dikatakan fit (Ghozali & Latan, 2014). Hasil dari penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,096 sehingga nilai tersebut masih dibawah 0,10 mampu disimpulkan model penelitian ini mempunyai model fit atau baik.

4. Uji R-Square

Koefisien determinasi (R-Square) adalah cara untuk memperkirakan pengaruh dari variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil dari *R-Square* penelitian ini dapat diperhatikan melalui tabel 4.12 jika semakin tinggi nilai *R-Square* dapat dikatakan model yang baik.

Tabel 4. 12 Uji R-Square

	<i>R-square adjusted</i>	Keterangan
Loyalitas Pelanggan	0,623	Moderat

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Tabel 4.12 mengungkapkan jika variabel loyalitas pelanggan mempunyai nilai 0,623 yang dapat diartikan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi sebesar 62,3% dari variabel harga, kualitas pelayanan, dan lokasi. Namun sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi oleh konstruk lain yang tidak terdapat dalam model penelitian yang saat ini digunakan

5. Pengujian pengaruh langsung dengan SEM

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis dengan mengevaluasi nilai dari *path coefficient* dengan pengujian pada inner model. Hipotesis dinyatakan dapat diterima jika memiliki *p-value* sebesar $<0,05$ (Ghozali & Latan, 2014).

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>
Harga -> Loyalitas Pelanggan	0,477	0,468	0,117	4,087	0,000
Kualitas Pelayanan - > Loyalitas Pelanggan	0,234	0,242	0,113	2,079	0,038
Lokasi -> Loyalitas Pelanggan	0,196	0,202	0,084	2,352	0,019

Sumber: Diolah peneliti, 2024

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

- a) Variabel harga terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai *original sampel* 0,477 dan nilai *t-statistic* $4,087 > 1,96$. Hal ini dapat dikatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.
- b) Variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai *original sampel* sebesar 0,234 dan *t-statistic* 2,079 $> 1,96$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.
- c) Variabel lokasi terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai *original sampel* 0,197 dan *t-statistic* sebesar $2,352 > 1,96$. Sehingga hal tersebut menyatakan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan berdasarkan hasil pengujian dari *path coefficient*. Pada penelitian ini apabila *original sampel* (koefisien jalur) bernilai positif dan nilai *p-value* $< 0,05$ maka hipotesis dapat diterima, akan tetapi jika *p-value* $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (Ghozali & Latan, 2014). Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	P-Value	Path Coefficient	Keterangan	Arah Pengaruh
1	H1: Harga berpengaruh positif dan signifikan	0,000	0,477	Diterima	Positif

	terhadap loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean				
2	H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean	0,038	0,234	Diterima	Positif
3	H3: Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean	0,019	0,196	Diterima	Positif

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis 1 Diterima karena mempunyai pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan loyalitas pelanggan dengan nilai *path coefficient* 0,477 dengan *p-value* 0,000 <0,05. Sehingga semakin terjangkau harga maka menjadikan loyalitas pelanggan meningkat.
2. Hipotesis 2 Diterima karena memiliki pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas

pelanggan yang memiliki nilai 0,034 dan *p-value* $0,038 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan jika semakin baik kualitas dari pelayanan yang diberikan maka dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

3. Hipotesis 3 Diterima karena memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dari lokasi terhadap loyalitas pelanggan yang memiliki nilai *path coefficient* 0,196 dan *p-value* $0,019 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa lokasi yang semakin strategis dan mudah dijangkau pelanggan maka akan menjadikan loyalitas dari pelanggan meningkat.

E. Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana harga, kualitas pelayanan, dan lokasi berdampak pada loyalitas dari pelanggan Bento Kopi cabang Godean. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga data disajikan berupa bentuk numerik. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang selanjutnya disebar menggunakan *google form* dengan jumlah 100 responden dan menggunakan software *SmartPLS* versi 4.0 Data diproses dengan beberapa analisis, termasuk uji validitas, uji reliabilitas, uji model struktural, *R-Square* dan pengujian pengaruh langsung dengan SEM. Hasil dari analisa menyatakan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berikut adalah penjelasannya:

i. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Bento Kopi cabang Godean

Berdasarkan hasil dari analisis yang sudah selesai dilakukan jika harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bento Kopi cabang Godean, dimana hal tersebut dibuktikan pada perhitungan *original sampel* sebesar 0,477, *t-statistic* $4,087 > 1,96$ dan *p-value* $0,000 < 0,05$ yang artinya hipotesis dapat diterima.

Factor loading merupakan cara untuk menjelaskan variabel dalam setiap indikatornya (Hair et al., 2014). Berdasarkan dari nilai *factor loading* pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat memiliki nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 0,892 yang artinya kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan pelanggan menjadi indikator yang memiliki hubungan atau korelasi yang paling tinggi untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sedangkan indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk memiliki nilai sebesar 0,764 menjadi nilai yang paling rendah diantara yang lainnya, sehingga dapat diartikan bahwa kesesuaian harga dengan kualitas produk menjadi indikator yang memiliki hubungan rendah yang mempengaruhi loyalitas dari pelanggan.

Penelitian ini searah dengan temuan hasil penelitian Hartono & Purba, (2022) yang mengemukakan jika harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga menjadi

faktor yang sangat penting sehingga perlu difikirkan secara jelas oleh Bento Kopi cabang Godean. Harga dapat menjadi tolak ukur yang penting dikarenakan nantinya harga akan menjadi patokan bagi para pelanggan. Apabila harga yang terlalu rendah berdampak tidak baik bagi Bento Kopi, akan tetapi harga yang mahal dengan barang atau jasa yang tidak sebanding juga tidak akan diminati oleh para pelanggan. Oleh sebab itu, semakin terjangkau harga yang ditawarkan oleh Bento Kopi cabang Godean kepada pelanggan maka akan semakin meningkat loyalitas dari pelanggan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Altina et al., (2022) menyatakan jika harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga juga menggambarkan sebagai nilai tukar produk yang dapat menciptakan loyalitas dari pelanggan. Pentingnya harga untuk meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan memiliki dampak yang baik, hal tersebut dapat dilihat dari jawaban responden pada harga yang diberikan oleh Bento Kopi cabang Godean dimana secara umum responden merasa harga produk sudah sesuai dengan kualitas yang diterima. Pelanggan juga merasa bahwa Bento Kopi cabang Godean sudah menawarkan harga yang terjangkau dan lebih ekonomis dibandingkan dengan cafe lain. Hasil dari jawaban responden juga menguatkan pernyataan bahwa harga di Bento Kopi cabang Godean sudah sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Mahfud & Sasongko, (2019) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan merasa bahwa harga bukan menjadi suatu permasalahan untuk membuat keputusan dalam pembelian produk.

ii. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bento Kopi cabang Godean

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat dianalisis jika kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan nilai *original sampel* sebesar 0,234, *t-statistic* $2,079 > 1,96$, dan *p-value* sebesar $0,038 < 0,05$ dimana hipotesis dapat diterima.

Berdasarkan dari nilai *factor loading* pada indikator jaminan (*assurance*) yang menyatakan bahwa pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi dengan karyawan Bento Kopi cabang Godean dengan nilai sebesar 0,880 maka hal tersebut menjadi nilai yang paling tinggi diantara yang lain. Hal ini dapat diartikan bahwa indikator jaminan (*assurance*) memiliki hubungan atau kolerasi paling besar untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) memiliki nilai yang paling rendah sebesar 0,700 yang menyatakan pelanggan mendapatkan layanan yang cepat dari Bento Kopi cabang Godean, sehingga pada indikator daya tanggap

(*responsiveness*) memiliki hubungan paling kecil untuk mempengaruhi loyalitas dari pelanggan.

Hasil penelitian sebelumnya oleh Hartono & Purba, (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga didukung oleh Kurniawan & Auva, (2022) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Saat membeli barang atau jasa, pelanggan sangat mempertimbangkan kualitas pelayanan. Perusahaan harus mampu memberikan performa terbaiknya dalam memenuhi dan keperluan pelanggan guna mencapai loyalitas dari pelanggan (Pitaloka & Wati, 2023).

Hasil penelitian searah dengan penelitian dari Mande et al., (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan memberikan kualitas layanan yang baik maka dapat membuat pelanggan merasa puas oleh barang yang mereka beli, sehingga mereka menjadi loyal. Dengan demikian, layanan yang baik dapat menjamin loyalitas pelanggan. Hal tersebut dapat diamati dari jawaban para responden yang menyatakan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bento Kopi cabang Godean sudah baik, akan tetapi Bento Kopi cabang Godean masih belum memiliki peralatan *coffee shop* yang terbaru, pelanggan merasa Bento Kopi cabang Godean masih belum menyimpan catatan layanan jasanya secara akurat. Pelanggan merasa Bento Kopi cabang

Godean masih belum dapat diandalkan, pelanggan juga merasa bahwa karyawan Bento Kopi cabang Godean masih belum dapat merespon permintaan dari pelanggan dengan cepat, sehingga dalam keadaan tertentu pelanggan harus menunggu untuk mendapatkan makanan atau minuman yang telah dipesan. Oleh sebab itu, semakin bagus dan baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bento Kopi cabang Godean kepada pelanggan maka akan meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Elyana & AC, (2023) menyatakan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa secara individual kualitas pelayanan tidak efektif dalam mempengaruhi loyalitas dari konsumen.

iii. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Bento Kopi cabang Godean

Berdasarkan dari pengolahan data mampu dianalisis yaitu lokasi berdampak positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan nilai *original sampel* sebesar 0,196, *t-statistic* $2,352 > 1,96$, dan *p-value* sebesar 0,019 $< 0,05$ dimana hipotesis dapat diterima.

Berdasarkan dari nilai *factor loading* pada indikator akses memiliki nilai sebesar 0,749 yang menjadi nilai paling tinggi diantara indikator yang lain, sehingga lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan menjadi indikator yang memiliki hubungan atau korelasi

yang paling tinggi untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sedangkan pada indikator tempat parkir luas, nyaman, dan aman memiliki nilai sebesar 0,705 yang merupakan nilai paling rendah diantara yang lainnya, sehingga dapat diartikan bahwa tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman menjadi item yang memiliki hubungan paling rendah untuk mempengaruhi loyalitas dari pelanggan.

Hasil penelitian sebelumnya oleh Hartono & Purba, (2022) yang mendukung temuan penelitian ini dengan menyatakan bahwa lokasi memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian Rahmani, (2022) juga mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dimana semakin diketahui lokasinya maka pelanggan juga akan meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan tersebut. Lokasi Bento Kopi cabang Godean strategis dan memiliki lokasi yang berdekatan dengan area kampus sehingga ini dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggannya, hal ini sesuai dengan distribusi jawaban responden mayoritas pelanggan dari Bento Kopi cabang Godean merupakan mahasiswa.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari Lawrence et al., (2022) menyatakan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut dikarenakan indikator dari lahan parkir yang luas, nyaman, dan aman dimana pada objek penelitian ini tidak memiliki lahan parkir luas sehingga tidak

memberikan kenyamanan pada pelanggan yang menggunakan kendaraan roda 4 yang nantinya berdampak pada pelanggan yang susah untuk mencari tempat parkir dan enggan untuk datang kembali.

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA