

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Cafe Cracking Chambers adalah sebuah perusahaan kuliner yang berdiri sejak bulan Desember 2017 dan grand opening cafe Cracking Chambers pada bulan Januari 2018. Berdirinya cafe Cracking Chambers dilatar belakangi dari kedai Stasiun Kopi yang terletak di komplek pintu masuk stasiun Sidoarjo. Dengan tempat yang seadanya dan berjalannya waktu permintaan konsumen semakin meningkat sehingga tidak cukup menampung konsumen yang berkunjung pada kedai Stasiun Kopi. Melihat pasar yang ramai sejak didirikan kedai Stasiun Kopi, 3 orang yang merupakan 1 owner dan 2 founder membuka pasar baru dengan konsep yang sama, berdirilah cafe Cracking Chambers.

Cafe Cracking Chambers terletak di Jl. Monginsidi kav. DPR A1 No.1 kec. Sidoarjo, kab. Sidoarjo dengan menyediakan berbagai macam kopi biji bijian. Berjalannya waktu cafe Cracking Chambers berinovasi dengan hadirnya aneka olahan kopi susu, softdrink, snack dan makanan demi memenuhi kebutuhan konsumen. Kreativitas dan inovasi semakin dikembangkan sehingga pada tahun 2021 cafe Cracking Chambers berencana akan mengolah kopi sendiri tidak bergantung pada supplier kopi karena pada tahun 2020 ini cafe Cracking Chambers telah membeli sebuah mesin roaster kopi dan tangki fermentasi untuk pengolahan kopi sendiri.

Daftar menu kopi cafe Cracking Chambers dibedakan dengan beberapa metode yaitu v60, japanese, aeropress, kalita wafe dan december drip. Harga yang ditawarkan yaitu 12k hingga 16k. Menu aneka kopi susu seperti cappucino ice, kopi susu gula aren, c4 blaster, rom coffe, vanilla coffe latte dan moccacino dengan harga mulai 13k hingga 20k. Tersedia juga softdrink mojito berbagai macam rasa dengan harga 14k.

Menu utama makanan cafe Cracking Chambers adalah olahan dari ayam seperti chicken katsu, chicken sauce bangkok, chicken karaage dan chicken salted egg. Harga yang ditawarkan mulai 18k hingga 20k. Cafe Cracking Chambers juga menyediakan makanan ringan seperti french fries original / mozzarella, c4 de sampler, c4 deplatter, chicken wings spicy dan chicken burritos dengan harga mulai 16k hingga 20k.

Visi dan Misi

Visi

Menjadikan cafe Cracking Chambers sebagai tempat yang digemari oleh para penikmat kopi dan diterima disemua kalangan.

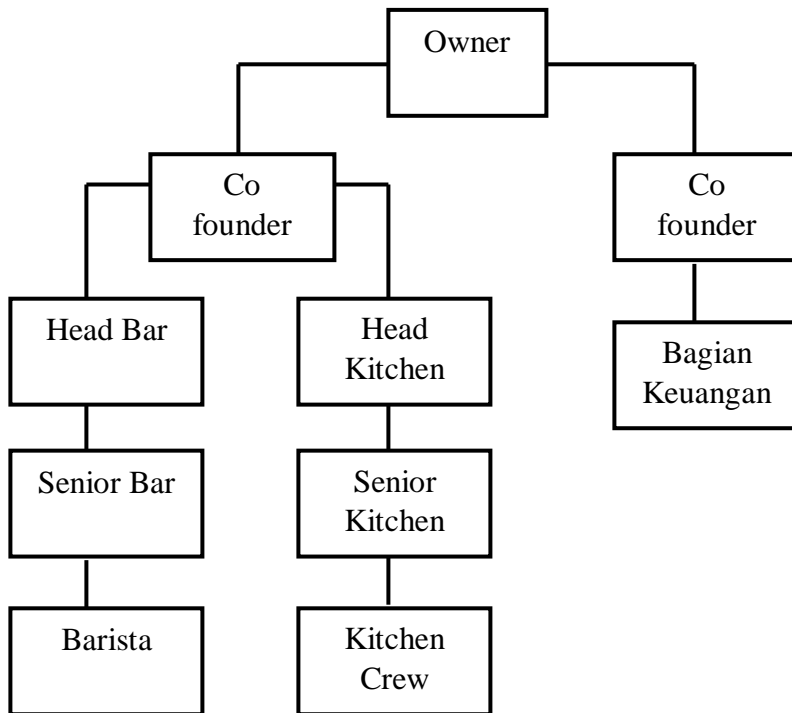
Misi

Mengutamakan kepuasan konsumen dalam hal rasa dan kenikmatan serta memberikan kenyamanan terhadap konsumen dalam hal apapun.

Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran umum secara sistematis mengenai hubungan dan kerjasama sekelompok orang dalam usaha mencapai tujuan bersama. Dengan adanya struktur organisasi akan diketahui tingkat kekuasaan seseorang, wewenang, dan tanggung jawab karyawan. Struktur organisasi cafe Cracking Chambers berbentuk organisasi garis dimana wewenang mengalir dari atas ke bawah, yang setiap bagian mempunyai masing – masing pimpinan tertentu dan bertanggung jawab kepada seorang atasan. Struktur organisasi seperti ini baik bagi organisasi yang kompleksitas pekerjaannya masih sangat sederhana atau dengan kata lain cocok untuk organisasi yang berskala kecil dan menengah. Untuk lebih jelasnya, struktur organisasi cafe Cracking Chambers dapat di lihat pada gambar berikut :

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Cafe Cracking Chambers Sidoarjo



Keterangan jabatan:

1. Owner

Wewenang dan tanggung jawab owner adalah sebagai berikut:

- a) Memutus dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi di perusahaan.
- b) Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan.
- c) Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.
- d) Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan.

2. Co Founder

Tanggung jawab Co founder adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan strategi bisnis perusahaan.
- b) Merancang dan memotivasi tim work.
- c) Merancang dan mengatur anggaran pembiayaan.

3. Head Bar

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a) Mengusulkan penambahan dan pengurangan crew barista.
- b) Menangani dan bertanggung jawab sepenuhnya mengenai kelancaran operasional barista.
- c) Membuat laporan stock bahan dan inventaris barista.

4. Head Kitchen

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a) Mengecek daftar barang ke gudang.
- b) Mengatur dan mengawasi tugas tugas bagian dapur.
- c) Membuat anggaran untuk mempersiapkan bahan-bahan makanan dan minuman yang dibutuhkan.

5. Bagian Keuangan

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a) Menyusun strategi berikut mengawasi penataan keuangan perusahaan.
- b) Melakukan evaluasi terhadap system penataan keuangan dan akuntansi perusahaan
- c) Membuat laporan perusahaan berupa neraca sert mencatat pemasukan dan pengeluaran perusahaan
- d) Menyetujui dan menandatangani bukti pengeluaran kas sampai dengan jumlah tertentu yang sudah ditetapkan.
- e) Memeriksa kebenaran dan kelengkapan pencatatan seluruh harta, kewajiban, transaksi keuangan perusahaan.

6. Senior Bar

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a) Mengawasi kualitas menu barista.
- b) Menangani standard penampilan crew barista.
- c) Pelatihan dasar crew barista, meliputi: pelatihan pembuatan minuman, control stock / persediaanbahan, pencatatan peralatan yang rusak atau pecah.

7. Senior Kitchen

Tugasnya adalah sebagai berikut

- a) Bertanggung jawab terhadap seluruh aktifitas kitchen.
- b) Melakukan briefing harian.
- c) Melakukan kontrol terhadap hasil dan konsistensi kualitas makanan.
- d) Melakukan supervisi terhadap aktifitas kitchen secara berkala.

8. Barista

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a) Melayani dan menerima pesanan.
- b) Menyeduh dan menuangkan kopi untuk pelanggan.
- c) Menggiling biji kopi segar untuk diseduh menjadi secangkir kopi.
- d) Melakukan tugas kebersihan seperti membersihkan peralatan untuk membuat kopi, mencuci peralatan makan dan minum, dan membersihkan area makan.

9. Kitchen Crew

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a) Bekerja sama dengan head kitchen dalam mengawasi proses pengolahan makanan di dapur.
- b) Mengontrol area dapur dan sekitarnya.
- c) Juru masak yang mengelola makanan mentah menjadi makanan yang dapat disajikan.
- d) Menjaga / merawat ketersediaan alat dapur.
- e) Memelihara kebersihan tempat penyimpanan makanan.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Usia Responden

Tabel 4.1
Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	15-20 tahun	39	39%
2	21-30 tahun	37	37%
3	31-40 tahun	17	17%
4	41-50 tahun	7	7%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menjelaskan tentang usia responden dimana responden yang berusia 15-20 tahun sebanyak 39 orang atau 39%, usia 21-30 tahun sebanyak 37 orang atau 37%, usia 31-40 tahun sebanyak 17 orang atau 17%, usia 41-50 tahun sebanyak 7 orang atau 7%.

4.2.2 Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	68	68%
2	Perempuan	32	32%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, maka diketahui bahwa mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 68% sedangkan sisanya untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 32%.

4.2.3 Pekerjaan

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	PNS	13	13%
2	Swasta	24	24%
3	Wiraswasta	15	15%
4	DLL	48	48%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menjelaskan tentang pekerjaan responden dimana PNS sebanyak 13 orang atau 13%, Swasta sebanyak 24 orang atau 24%, Wiraswasta sebanyak 15 orang atau 15%, dan lain-lain sebanyak 48 orang atau 48%.

4.3 Uji Kualitas Data

4.3.1 Uji Validitas

Tabel 4.4
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Persepsi Harga	X1.1	0,611	0,256	Valid
	X1.2	0,654	0,256	Valid
	X1.3	0,702	0,256	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0,497	0,256	Valid
	X2.2	0,365	0,256	Valid
	X2.3	0,575	0,256	Valid
	X2.4	0,325	0,256	Valid
	X2.5	0,426	0,256	Valid
	X2.6	0,496	0,256	Valid
	X2.7	0,427	0,256	Valid
	X2.8	0,562	0,256	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1.1	0,671	0,256	Valid
	Y1.2	0,531	0,256	Valid
	Y1.3	0,656	0,256	Valid
	Y1.4	0,354	0,256	Valid
	Y1.5	0,607	0,256	Valid
	Y1.6	0,542	0,256	Valid
	Y1.7	0,475	0,256	Valid

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa Uji Validitas yang dilakukan pada penelitian di dapatkan hasil bahwa semua butir pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini didasarkan pada nilai r_{hitung} mendapat hasil lebih besar dari pada nilai r_{tabel} sebesar 0,256.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	0,632	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,657	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y1)	0,623	Reliabel

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa Uji Reliabilitas yang dilakukan pada penelitian di dapatkan hasil dari semua butir pernyataan dinyatakan reliabel. Hal ini didasarkan pada nilai Cronbach's Alpha mendapatkan hasil sebesar 0,632 untuk variabel persepsi harga, 0,657 untuk variabel kualitas produk, dan 0,623 untuk variabel kepuasan konsumen. Semua nilai yang diperoleh mendapat nilai lebih besar dari nilai kritis 0.6 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

4.4 Uji Analisis

4.4.1 Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.559	4.177		3.246	.002
Persepsi Harga	.313	.157	.194	1.998	.048
Kualitas Produk	.134	.057	.227	2.339	.021

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 13,559 + 0,313 X_1 + 0,134 X_2 + e$$

Dimana:

$a = 13,559$ artinya apabila variabel persepsi harga (X_1), kualitas produk (X_2), sama dengan 0, maka besarnya perubahan kepuasan konsumen sebesar 13,559

$b_1 = 0,313$ artinya nilai koefisien persepsi harga (b_1) sebesar 0,313 menunjukkan bahwa variabel persepsi harga meningkat satu satuan, maka mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,313 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain (kualitas produk) adalah konstan.

$b_2 = 0,134$ artinya nilai koefisien kualitas produk (b_2) sebesar 0,134 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk meningkat satu satuan, maka mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,134 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya (persepsi harga) adalah konstan.

4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.7
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.299 ^a	.089	.071	2.420

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,089. Hal ini berarti bahwa variabel persepsi harga dan kualitas produk mempengaruhi variabel kepuasan konsumen sebanyak 8,9%. Sisanya 91,1% di Coefficientsa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Berikut nilai t hitung dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat :

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Secara Parsial
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.559	4.177		3.246	.002
Persepsi Harga	.313	.157	.194	1.998	.048
Kualitas Produk	.134	.057	.227	2.339	.021

1. Pengaruh variabel persepsi harga terhadap variabel kepuasan konsumen.
Pada variabel persepsi harga mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 1,998 dengan tingkat signifikan sebesar 0,015. Dalam hal ini $t_{hitung} 1,998 > 1,98397$ dan $0,048 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima. Dapat di simpulkan bahwa variabel persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
Pada variabel kelengkapan produk mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,339 dengan tingkat signifikan sebesar 0,020. Dalam hal ini $t_{hitung} 2,339 > 1,98397$ dan $0,021 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima. Dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Secara Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	55.795	2	27.898	4.764	.011 ^b
Residual	567.995	97	5.856		
Total	623.790	99			

Dari tabel 4.9 diketahui bahwa hasil uji f mempunyai nilai signifikan 0,011 lebih kecil dari 0,05 dan f_{hitung} sebesar 4,764 lebih besar dari f_{tabel} yaitu 3,09 maka dapat di simpulkan bahwa variabel bebas (persepsi harga dan kualitas produk) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa pengaruh persepsi harga, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen cafe Cracking Chambers yang dapat di lihat dari garis persamaan regresi linier berganda yaitu sebesar $Y = 13,559 + 0,313 X_1 + 0,134 X_2 + e$. Dengan ini nilai konstan sebesar 13,559 menyatakan bahwa nilai persepsi harga, kualitas produk pada cafe Cracking

Chambers Sidoarjo sama dengan 0, maka perubahan kepuasan pelanggan sebesar 14,261.

Berdasarkan koefisien determinasi diketahui bahwa adanya tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dimana nilai R^2 0,089 atau 8,9% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel persepsi harga dan kualitas produk. Sedangkan sisanya 91,1% kepuasan konsumen dijelaskan oleh variabel – variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Berdasarkan uji T diketahui bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang dominan terhadap variabel kepuasan konsumen. Dilihat dari T_{hitung} mempunyai nilai sebesar 2,339 yang mempunyai nilai lebih besar dari persepsi harga yaitu sebesar 1,998. Hal ini di sebabkan oleh kualitas produk yang di berikan kepada konsumen sangat lah baik, dari segi bahan baku, tampilan penyajian dan rasa. Sehingga sudah sewajarnya jika variabel tersebut mendapatkan posisi yang dominan dalam kepuasan konsumen.

Berdasarkan uji F mempunyai nilai F_{hitung} sebesar 4,764 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,09 dan nilai signiikan $0,011 < 0,05$ maka masing-masing variabel bebas (persepsi harga dan kualitas produk) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) pada cafe Cracking Chambers.

4.7 Implikasi Penelitian

Implikasi dari hasil penelitian ini mencakup dua hal, yaitu implikasi teoritis dan praktis. Implikasi teoritis berhubungan dengan kontribusinya bagi perkembangan teori-teori tentang persepsi harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen. Sedangkan implikasi praktis berkaitan dengan kontribusi penelitian terhadap peningkatan pendapatan cafe Cracking Chambers.

4.8 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan saat melakukan penelitian, yaitu responden yang susah untuk di minta data dan informasi.