

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Janji Jiwa

Di Kota Surabaya banyak terdapat café dan restoran dengan variasi menu dan makanan. Salah satunya adalah Café dan resto Janji jiwa. Café Janji jiwa menyediakan sejumlah menu yang beragam walaupun dikenal dengan hidangan kopinya sebagai menu utama. Di Indonesia Jumlah cabang outlet dari Café Janji jiwa sebanyak 700 outlet. Dan di Kota Surabaya sendiri Café Janji jiwa memiliki setidaknya 20 outlet yang tersebar di beberapa lokasi (www.Jiwagroup.com).



Gambar 4.1 Café Janji Jiwa Surabaya
Sumber: Google.com

Diketahui bahwa perkembangan dari Café Janji Jiwa sangat pesat beberapa tahun terakhir dengan total penjualan 5 juta cup per bulan sejak 20 juni 2018 berdiri

(linkumkm.id). Namun seiring dengan berjalannya waktu pesaing bisnis yang erupa mulai berdatangan dengan cukup ketat dibuktikan dengan peraih top brand nomor satu yaitu Kopi kenanga dengan nilai 42,6% dan disusul oleh Kopi Janji jiwa 38,3%, hal ini membuat Café Janji jiwa harus terus mengedepankan inovasi dan evaluasi dari penyajian dan pelayanan agar meraih top brand nomor 1 di Indonesia (www.topbrand-award.com).

4.2 Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

4.2.1.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan dari café janji jiwa manyar Surabaya. Dari kuesioner yang dibagikan secara *online* sebanyak 200 kembali dalam keadaan terisi lengkap dan bisa diolah. Atas dasar itulah seluruh pengolahan data kuesioner akan menggunakan 155 data responden. Dengan jenis kelamin pria maupun wanita yang melakukan pembelian terhadap produk janji jiwa sebanyak dua kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar-daftar pernyataan (*questionnaire*). Jumlah pernyataan seluruhnya adalah dua puluh satu (21) pernyataan, yaitu tiga butir untuk pernyataan *Service Quality*, tiga butir untuk pernyataan *Social Enjoyment*, tiga butir untuk pernyataan *Cleanness*, tiga butir untuk pernyataan *Aesthetics*, tiga butir untuk pernyataan *Cost*, tiga butir untuk pernyataan *Customer Loyalty*, dan tiga butir untuk pernyataan *Customer Satisfaction*. Berdasarkan data dari 155 responden melalui daftar pernyataan didapatkan karakteristik responden yang bertempat tinggal di Surabaya, berusia 18-60 tahun, melakukan pembelian terhadap produk di café janji

jiwa, baik pria maupun wanita yang melakukan pembelian terhadap produk janji jiwa sebanyak dua kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Gambaran objek penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

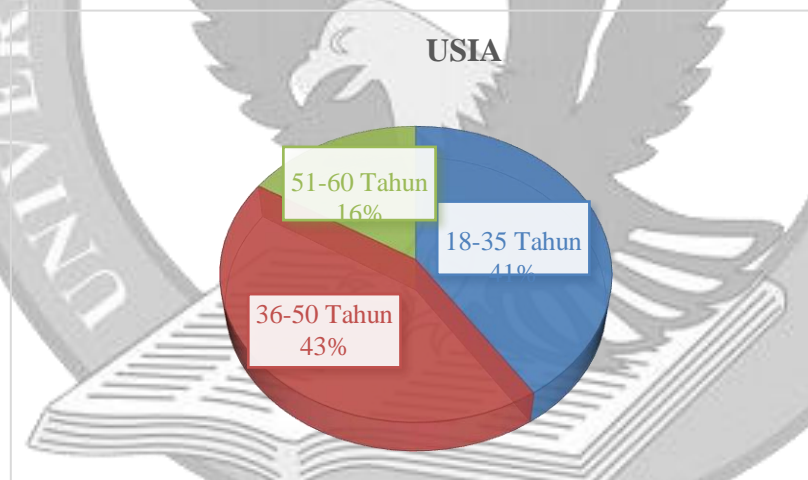
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Janji Jiwa di Surabaya. Profil responden dalam penelitian ini akan dideskripsikan berdasarkan usia. Berikut tabel profil responden yang didapat dari penelitian ini:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-35 Tahun	63	40.6	40.6	40.6
36-50 Tahun	67	43.2	43.2	83.9
51-60 Tahun	25	16.1	16.1	100.0
Total	155	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah, 2023



Gambar 4.2: Diagram Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa sebagian besar usia pelanggan janji jiwa di Surabaya sebanyak 40.6% atau 63 responden adalah usia 18-35 tahun, sebanyak 43.2% atau 67 responden berusia 36-50 tahun sedangkan sebanyak 16.1%

atau 25 responden berusia 51-60 tahun. Akan tetapi, hasil ini ditujukan untuk memberikan kesimpulan bahwa pelanggan janji jiwa di Surabaya adalah responden dengan usia 36-50 tahun.

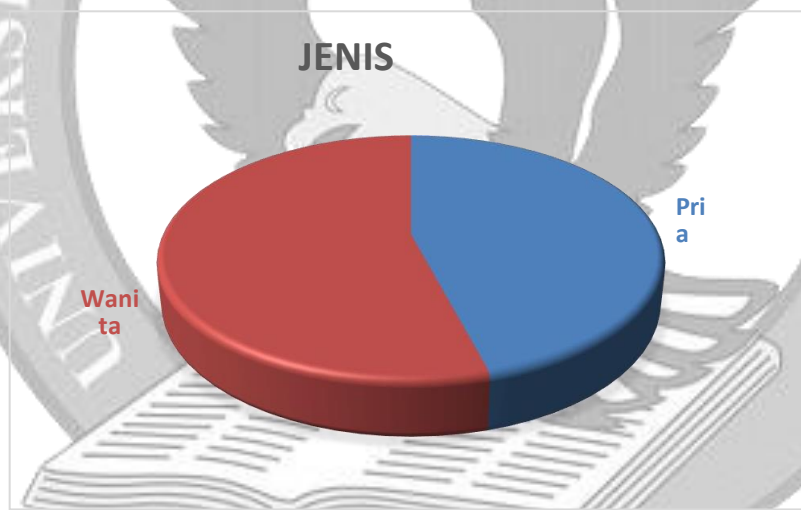
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan dari janji jiwa di Surabaya. Profil responden dalam penelitian ini akan dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin. Berikut tabel profil responden yang didapat dari penelitian ini.

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Total	Pria	71	45.8	45.8	45.8
	Wanita	84	54.2	54.2	100.0
		155	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah, 2023



Gambar 4.3: Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa sebagian besar jenis kelamin pelanggan janji jiwa di Surabaya sebanyak 45.8% atau 71 responden adalah laki-laki, sedangkan sisanya sebanyak 54.2% atau 84 responden adalah perempuan. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa pelanggan dari janji jiwa di Surabaya

adalah responden perempuan.

4.2.1.4 Tanggapan Responden

Kuisisioner yang telah disebar dan kemudian diolah berdasarkan perhitungan frekuensi menggunakan AMOS versi 22, yang menyajikan hasil tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuisisioner tersebut. Masing-masing pernyataan diukur dengan menggunakan skala likert dengan skala antara 1 (terendah) sampai dengan 5 (tertinggi), dimana semakin besar angka yang dipilih menunjukkan bahwa pelanggan semakin setuju dengan pernyataan tersebut. Lebih jelasnya derajat penilaian setiap variabel tercantum dalam tabel 4.3. Dalam perhitungan ini, yang disajikan adalah rata-rata tanggapan responden terhadap delapan variabel dalam penelitian ini, yaitu *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, *Cost*, *Customer Loyalty* dan *Customer Satisfaction*.

Tabel 4.3
Derajat Penilaian Setiap Variabel

No	Interval Rata-rata	Penilaian
1	$1.00 \leq x < 1.80$	Sangat Tidak setuju
2	$1.81 \leq x < 2.60$	Tidak Setuju
3	$2.61 \leq x < 3.40$	Netral
4	$3.41 \leq x < 4.20$	Setuju
5	$4.21 \leq x < 5.00$	Sangat Setuju

Sumber; Durianto, 2004

1. Variabel *Service Quality*

Variabel *service quality* terdiri dari indikator yaitu merasa di Café janji jiwa diberikan pelayanan yang terbaik selama ini, pelayanan yang diberikan cukup sigap dan tidak ada kekeliruan serta fasilitas yang diberikan memuaskan, dan semua pelayan di Café ini selalu bersikap sopan dan menjawab semua keperluan pelanggan, yang kemudian jawaban responden ditabulasi untuk mengetahui

frekuensi jawaban untuk masing-masing pernyataan, yang disajikan dalam Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap *Service Quality*

Variabel	Item Pernyataan	Mean	Std. Deviation	Keterangan
X1.1	Saya merasa di Café ini diberikan pelayanan yang terbaik selama ini.	4,15	0,64	Setuju
X1.2	Saya merasa di Café ini pelayanan yang diberikan cukup sigap dan tidak ada kekeliruan serta fasilitas yang diberikan memuaskan.	4,03	0,67	Setuju
X1.3	Saya merasa semua pelayan di Café ini selalu bersikap sopan dan menjawab semua keperluan pelanggan.	3,87	0,79	Setuju
	Rata-Rata Mean	3,97	0,72	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dengan menggunakan pedoman derajat penilaian dari Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan terhadap variabel *service quality* adalah setuju untuk semua item pernyataan dimana nilai mean masing-masing adalah diatas 3.40. Secara keseluruhan, indikator-indikator *service quality* mendapat tanggapan positif atau setuju. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata mean sebesar 3.97 yang lebih besar dari 3.40.

Maka hasil analisa dapat diketahui pada Tabel 4.6, dari keempat indikator tersebut terdapat indikator yang paling tinggi yaitu indikator X1.1 dengan nilai mean tertinggi sebesar 4.15 sedangkan indikator X1.3 dengan nilai mean terendah sebesar 3.87. Standar deviasi untuk keseluruhan indikator berada dibawah angka dua artinya relatif rendah sehingga secara keseluruhan indikator relatif homogen.

2.. Variabel Social Enjoyment

Variabel *Social Enjoyment* terdiri dari indikator yaitu Saya merasa nyaman dengan kondisi pada Café ini, saya merasa puas dengan seluruh pelayanan Café ini, saya merasa kenikmatan dengan suasana Café ini, dimana masing-masing indikator

terdiri dari satu pertanyaan, yang kemudian jawaban responden ditabulasi untuk mengetahui frekuensi jawaban untuk masing-masing pernyataan, yang disajikan dalam Tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap *Social Enjoyment*

Variabel	Item Pernyataan	Mean	Std. Deviation	Keterangan
X2.1	Saya merasa nyaman dengan kondisi pada Café ini.	3,97	0,67	Setuju
X2.2	Saya merasa puas dengan seluruh pelayanan Café ini.	4,00	0,69	Setuju
X2.3	Saya merasa kenikmatan dengan suasana Café ini.	4,04	0,75	Setuju
	Rata-Rata Mean	3,93	0,80	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dengan menggunakan pedoman derajat penilaian dari Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan terhadap variabel *Social Enjoyment* adalah setuju untuk keseluruhan item dimana nilai mean masing-masing adalah diatas 3.40. Secara keseluruhan, indikator-indikator *Social Enjoyment* mendapat tanggapan positif atau setuju. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata mean sebesar 3.93 yang lebih besar dari 3.40.

Maka hasil analisa dapat diketahui pada Tabel 4.5, dari indikator tersebut terdapat indikator yang paling tinggi yaitu indikator X2.3 dengan nilai mean tertinggi sebesar 4.04 sedangkan indikator X2.1 dengan nilai mean terendah sebesar 3.97. Standar deviasi untuk keseluruhan indikator berada dibawah angka dua artinya relatif rendah sehingga secara keseluruhan indikator relatif homogen.

3.. Variabel Cleaness

Variabel *Cleanesst* terdiri dari indikator saya merasa lingkungan Café ini

cukup bersih, saya merasa fasilitas sanitasi dan pembuangan sampah tersedia di Café ini, saya merasa pengolahan standar kebersihan makanannya sudah terjamin, dimana masing-masing indikator terdiri dari satu pertanyaan, yang kemudian jawaban responden ditabulasi untuk mengetahui frekuensi jawaban untuk masing-masing pernyataan, yang disajikan dalam Tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap *Cleannesst*

Variabel	Item Pernyataan	Mean	Std. Deviation	Keterangan
X3.1	Saya merasa lingkungan Café ini cukup bersih.	4,15	0,64	Setuju
X3.2	Saya merasa fasilitas sanitasi dan pembuangan sampah tersedia di Café ini.	3,87	0,79	Setuju
X3.3	Saya merasa pengolahan standar kebersihan makanannya sudah terjamin.	3,84	0,79	Setuju
	Rata-Rata Mean	3,97	0,72	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dengan menggunakan pedoman derajat penilaian dari Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan terhadap variabel *Cleannesst* adalah setuju untuk semua item pernyataan dimana nilai mean masing-masing adalah diatas 3.40. Secara keseluruhan, indikator-indikator *Cleannesst* mendapat tanggapan positif atau setuju. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata mean sebesar 3.97 yang lebih besar dari 3.40.

Maka hasil analisa dapat diketahui pada Tabel 4.6, dari indikator tersebut terdapat indikator yang paling tinggi yaitu indikator X3.1 dengan nilai mean tertinggi sebesar 4.15 sedangkan indikator X3.3 dengan nilai mean terendah sebesar 3.84. Standar deviasi untuk keseluruhan indikator berada dibawah angka dua

artinya relatif rendah sehingga secara keseluruhan indikator relatif homogen.

4.. Variabel *Aesthetics*

Variabel *Aesthetics* terdiri dari indikator yaitu saya merasa tampilan Café ini memiliki perpaduan yang pas, saya merasa ada kenikmatan atmosfer ketika menikmati hidangan Café ini, Produk yang diberikan Café ini memiliki tampilan fisik yang bagus dan menggugah selera, dimana masing-masing indikator terdiri dari satu pertanyaan, yang kemudian jawaban responden ditabulasi untuk mengetahui frekuensi jawaban untuk masing-masing pernyataan, yang disajikan dalam Tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap *Aesthetics*

Variabel	Item Pernyataan	Mean	Std. Deviation	Keterangan
X4.1	Saya merasa tampilan Café ini memiliki perpaduan yang pas.	3,60	0,83	Setuju
X4.2	Saya merasa ada kenikmatan atmosfer ketika menikmati hidangan Café ini.	3,84	0,68	Setuju
X4.3	Produk yang diberikan Café ini memiliki tampilan fisik yang bagus dan menggugah selera.	3,63	0,81	Setuju
	Rata-Rata Mean	3,66	0,77	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dengan menggunakan pedoman derajat penilaian dari Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan terhadap variabel *Aesthetics* adalah setuju untuk semua item pernyataan dimana nilai mean masing-masing adalah diatas 3.40. Secara keseluruhan, indikator-indikator *Aesthetics* mendapat tanggapan positif atau setuju. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata mean sebesar 3.66 yang lebih besar dari 3.40.

Maka hasil analisa dapat diketahui pada Tabel 4.7, dari kelima indikator tersebut terdapat indikator yang paling tinggi yaitu indikator X4.2 dengan nilai mean tertinggi sebesar 3.84 sedangkan indikator X4.1 dengan nilai mean terendah yaitu sebesar 3.60. Standar deviasi untuk keseluruhan indikator berada dibawah angka dua artinya relatif rendah sehingga secara keseluruhan indikator relatif homogen.

5. Variabel *Cost*

Variabel *Cost* terdiri dari indikator yaitu saya merasa harga yang diberikan dari produk di Café ini sudah sesuai dengan apa yang didapatkan, saya merasa kualitas produk makanan pada Café ini sesuai dengan harga yang diberikan, saya merasa harga Café ini sudah sesuai jika dibandingkan dengan Café lain yang serupa, dimana masing-masing indikator terdiri dari satu pertanyaan, yang kemudian jawaban responden ditabulasi untuk mengetahui frekuensi jawaban untuk masing-masing pernyataan, yang disajikan dalam Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap *Cost*

Variabel	Item Pernyataan	Mean	Std. Deviation	Keterangan
X5.1	Saya merasa harga yang diberikan dari produk di Café ini sudah sesuai dengan apa yang didapatkan	3,85	0,77	Setuju
X5.2	Saya merasa kualitas produk makanan pada Café ini sesuai dengan harga yang diberikan.	3,88	0,68	Setuju
X5.3	Saya merasa harga Café ini sudah sesuai jika dibandingkan dengan Café lain yang serupa.	3,68	0,84	Setuju
	Rata-Rata Mean	3,80	0,76	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dengan menggunakan pedoman derajat penilaian dari Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan terhadap variabel *Cost* adalah setuju untuk semua item pernyataan variabel dimana nilai mean masing-masing adalah diatas 3.40. Secara keseluruhan, indikator-indikator *Cost* mendapat tanggapan positif atau setuju. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata mean sebesar 3.80 yang lebih besar dari 3.40.

Maka hasil analisa dapat diketahui pada Tabel 4.8, dari kedelapan indikator tersebut terdapat indikator yang paling tinggi yaitu indikator X5.2 dengan nilai mean tertinggi sebesar 3.88 sedangkan indikator X5.3 dengan nilai mean terendah sebesar 3.68. Standar deviasi untuk keseluruhan indikator berada dibawah angka dua artinya relatif rendah sehingga secara keseluruhan indikator relatif homogen.

6. Variabel *Customer Satisfaction*

Variabel *customer satisfaction* terdiri dari indikator yaitu saya merasa puas dengan kinerja keseluruhan Café Janji jiwa Surabaya, saya merasa puas dengan kualitas makanan Café Janji jiwa Surabaya, saya merasa ingin berkunjung kembali dilain waktu di Café Janji jiwa Surabaya, dimana masing-masing indikator terdiri dari satu pertanyaan, yang kemudian jawaban responden ditabulasi untuk mengetahui frekuensi jawaban untuk masing-masing pernyataan, yang disajikan dalam Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap *Customer Satisfaction*

Variabel	Item Pernyataan	Mean	Std. Deviation	Keterangan
X6.1	Saya merasa puas dengan kinerja keseluruhan Café Janji jiwa Surabaya.	3,85	0,69	Setuju
X6.2	Saya merasa puas dengan kualitas makanan Café Janji jiwa Surabaya.	3,86	0,78	Setuju
X6.3	Saya merasa ingin berkunjung kembali dilain waktu di Café Janji jiwa Surabaya.	3,86	0,76	Setuju
	Rata-Rata Mean	3,86	0,74	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dengan menggunakan pedoman derajat penilaian dari Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan terhadap variabel *customer satisfaction* adalah setuju untuk semua item pernyataan variabel dimana nilai mean masing-masing adalah diatas 3.40. Secara keseluruhan, indikator-indikator *customer satisfaction* mendapat tanggapan positif atau setuju. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata mean sebesar 3.86 yang lebih besar dari 3.40.

Maka hasil analisa dapat diketahui pada Tabel 4.9 dari ketiga indikator tersebut terdapat indikator yang paling tinggi yaitu indikator X6.2 dan X6.3 dengan nilai mean tertinggi sebesar 3.86 sedangkan indikator X6.1 dengan nilai mean terendah 3.85. Standar deviasi untuk keseluruhan indikator berada dibawah angka dua artinya relatif rendah sehingga secara keseluruhan indikator relatif homogen.

7. Variabel *Customer Loyalty*

Variabel *Customer Loyalty* terdiri dari indikator yaitu saya akan merekomendasikan Café Janji jiwa Surabaya kepada teman dan kerabat, saya akan memilih Café Janji jiwa Surabaya lagi dikemudian hari, dimana masing-masing

indikator terdiri dari satu pertanyaan, yang kemudian jawaban responden ditabulasi untuk mengetahui frekuensi jawaban untuk masing-masing pernyataan, yang disajikan dalam Tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap *Customer Loyalty*

Variabel	Item Pernyataan	Mean	Std. Deviation	Keterangan
Y1.1	Saya akan merekomendasikan Café Janji jiwa Surabaya kepada teman dan kerabat.	4,03	0,64	Setuju
Y1.2	Saya akan memilih Café Janji jiwa Surabaya lagi dikemudian hari.	3,77	0,76	Setuju
	Rata-Rata Mean	3,92	0,72	Setuju

Sumber: Data diolah, 2022

Dengan menggunakan pedoman derajat penilaian dari Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan terhadap variabel *Customer Loyalty* adalah setuju untuk semua item pernyataan variabel dimana nilai mean masing-masing adalah diatas 3.40. Secara keseluruhan, indikator-indikator *Customer Loyalty* mendapat tanggapan positif atau setuju. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata mean sebesar 3.92 yang lebih besar dari 3.40.

Maka hasil analisa dapat diketahui pada Tabel 4.9 dari ketiga indikator tersebut terdapat indikator yang paling tinggi yaitu indikator Y1.1 dengan nilai mean tertinggi sebesar 4.03 sedangkan indikator Y1.2 dengan nilai mean terendah 3.77. Standar deviasi untuk keseluruhan indikator berada dibawah angka dua artinya relatif rendah sehingga secara keseluruhan indikator relatif homogen.

4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel

Setelah mengetahui karakteristik dari responden penelitian, berikut ini akan

ditampilkan hasil olahan data primer yang merupakan deskriptif penelitian berdasarkan pendapat responden mengenai *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, *Cost*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*.

4.2.3.1 Penjelasan Responden terhadap *Service Quality*

Berikut ini adalah distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel *Service Quality*

Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Service Quality*

No Item	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean	Total F
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	27	17.4	78	50.3	43	27.7	7	4.5	0	0	3,77	155
2	22	14.2	72	46.5	42	27.1	19	12.3	0	0	3,61	155
3	29	18.7	81	52.3	32	20.6	13	8.4	0	0	3,77	155

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (saya merasa di Café ini diberikan pelayanan yang terbaik selama ini.), dari 155 responden terdapat 17.4% yang menyatakan sangat setuju, 50.3% responden menyatakan setuju, 27.7% responden menyatakan netral, 4.5% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Café Janji Jiwa memiliki pelayanan yang baik.
2. Pada pernyataan kedua (saya merasa di Café ini pelayanan yang diberikan cukup sigap dan tidak ada kekeliruan serta fasilitas yang diberikan memuaskan.), dari 155 responden terdapat 14.2% yang menyatakan sangat setuju, 46.5% responden menyatakan setuju, 27.1% responden menyatakan

netral, 12.3% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa di Café Janji Jiwa memiliki fasilitas yang memuaskan.

3. Pada pernyataan ketiga (saya merasa semua pelayan di Café ini selalu bersikap sopan dan menjawab semua keperluan pelanggan.), dari 155 responden terdapat 18.7% yang menyatakan sangat setuju, 52.3% responden menyatakan setuju, 20.6% responden menyatakan netral, 8.4% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa area Café Janji Jiwa memiliki pelayanan yang sopan.

4.2.3.2 Penjelasan Responden terhadap *Social Enjoyment*

Berikut ini adalah distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel *Social Enjoyment*.

Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Social Enjoyment*

No Item	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean	Total F
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	32	20.6	80	51.6	35	22.6	8	5.2	0	0	3,88	155
2	23	14.8	78	50.3	48	31.0	6	3.9	0	0	3,72	155
3	37	23.9	77	49.7	36	23.2	5	3.2	0	0	3,96	155

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (Saya merasa nyaman dengan kondisi pada Café ini.), dari 155 responden terdapat 20.6% yang menyatakan sangat setuju, 51.6% responden menyatakan setuju, 22.6% responden menyatakan netral, 5.2% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa kondisi di Café Janji Jiwa cukup nyaman
2. Pada pernyataan kedua (Saya merasa puas dengan seluruh pelayanan Café ini.), dari 155 responden terdapat 14.8% yang menyatakan sangat setuju, 50.3% responden menyatakan setuju, 31.0% responden menyatakan netral, 3.9% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa pelayanan di Café Janji Jiwa cukup memuaskan.
3. Pada pernyataan ketiga (Saya dapat merasakan kenikmatan dengan suasana Café ini.), dari 155 responden terdapat 23.9% yang menyatakan sangat setuju, 49.7% responden menyatakan setuju, 23.2% responden menyatakan netral, 3.2% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Café Janji Jiwa dapat memberikan kenikmatan suasana.

4.2.3.3 Penjelasan Responden terhadap *Cleanness*

Berikut ini adalah distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel *Cleanness*.

Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Cleanness*

No Item	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean	Total F
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	48	31.0	89	57.4	18	11.6	0	0	0	0	04,15	155
2	36	23.2	89	57.4	30	19.4	0	0	0	0	04,03	155
3	33	21.3	72	46.5	50	32.3	0	0	0	0	03,87	155

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan kedua (Saya merasa lingkungan Café ini cukup bersih.), dari 155 responden terdapat 31.0% yang menyatakan sangat setuju, 57.4% responden menyatakan setuju, 11.6% responden menyatakan netral, 0% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa lingkungan Café Janji Jiwa cukup bersih.
2. Pada pernyataan kedua (Saya merasa fasilitas sanitasi dan pembuangan sampah tersedia di Café ini.), dari 155 responden terdapat 23.2% yang menyatakan sangat setuju, 57.4% responden menyatakan setuju, 19.4% responden menyatakan netral, 0% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa fasilitas kebersihan di Café Janji Jiwa cukup memadai.
3. Pada pernyataan ketiga (Saya merasa pengolahan standar kebersihan makanannya sudah terjamin.), dari 155 responden terdapat 21.3% yang

menyatakan sangat setuju, 46.5% responden menyatakan setuju, 32.3% responden menyatakan netral, 0% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa pengloahan standart Café Janji Jiwa cukup terjamin.

4.2.3.4 Penjelasan Responden terhadap *Aesthetics*

Berikut ini adalah distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel *Aesthetics*.

Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Aesthetics*

No Item	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean	Total F
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	24	15.5	67	43.2	51	32.9	13	8.4	0	0	3,60	155
2	21	13.5	70	45.2	56	36.1	8	5.2	0	0	3,60	155
3	13	8.4	84	54.2	50	32.3	8	5.2	4	2.2	3,61	155

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (Saya merasa tampilan Café ini memiliki perpaduan yang pas.), dari 155 responden terdapat 15.5% yang menyatakan sangat setuju, 43.2% responden menyatakan setuju, 32.9% responden menyatakan netral, 8.4% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Café Janji Jiwa memiliki tampilan dan perpaduan yang pas.
2. Pada pernyataan kedua (Saya merasa ada kenikmatan atmosfir ketika menikmati hidangan Café ini.), dari 155 responden terdapat 13.5% yang

menyatakan sangat setuju, 45.2% responden menyatakan setuju, 36.1% responden menyatakan netral, 5.2% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa dapat merasakan kenikmatan atmosfer di Café Janji Jiwa.

3. Pada pernyataan ketiga (Produk yang diberikan Café ini memiliki tampilan fisik yang bagus dan menggugah selera.), dari 155 responden terdapat 8.4% yang menyatakan sangat setuju, 54.2% responden menyatakan setuju, 32.3% responden menyatakan netral, 5.2% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa produk yang diberikan Café Janji Jiwa sudah cukup memuaskan.

4.2.3.5 Penjelasan Responden terhadap *Cost*

Berikut ini adalah distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel *Cost*.

Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Cost*

No Item	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean	Total F
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	32	20.6	77	49.7	39	25.2	7	4.5	0	0	3,85	155
2	28	18.1	86	55.5	41	26.5	0	0	0	0	3,88	155
3	24	15.5	78	50.3	39	25.2	13	8.4	1	.6	3,68	155

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (Saya merasa harga yang diberikan dari produk di Café ini sudah sesuai dengan apa yang didapatkan.), dari 155 responden terdapat 20.6% yang menyatakan sangat setuju, 49.7% responden menyatakan setuju, 25.2 responden menyatakan netral, 4.5% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa harga yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.
2. Pada pernyataan kedua (Saya merasa kualitas produk makanan pada Café ini sesuai dengan harga yang diberikan.), dari 155 responden terdapat 18.1% yang menyatakan sangat setuju, 55.5% responden menyatakan setuju, 26.5% responden menyatakan netral, 0% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan kualitas makanan yang diberikan sudah sesuai dengan harga.
3. Pada pernyataan ketiga (Saya merasa harga Café ini sudah sesuai jika dibandingkan dengan Café lain yang serupa.), dari 155 responden terdapat 15.5% yang menyatakan sangat setuju, 50.3% responden menyatakan setuju, 25.2% responden menyatakan netral, 8.4% menyatakan tidak setuju, dan 0.6% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa perbandingan harga sudah sesuai dengan Café lainnya.

4.2.3.6 Penjelasan Responden terhadap *Customer Satisfaction*

Berikut ini adalah distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel *customer satisfaction*.

Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Customer Satisfaction*

No Item	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean	Total F
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	28	18.1	84	54.2	42	27.1	1	.6	0	0	3,85	155
2	38	24.5	74	47.7	38	24.5	5	3.2	0	0	3,86	155
3	35	22.6	80	51.6	34	21.9	6	3.9	0	0	3,86	155

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (Saya merasa puas dengan kinerja keseluruhan Café Janji jiwa Surabaya.), dari 155 responden terdapat 18.1% yang menyatakan sangat setuju, 54.2% responden menyatakan setuju, 27.1% responden menyatakan netral, 0.6% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden netral bahwa pelanggan sangat puas dengan keseluruhan pengalaman di Café Janji Jiwa.
2. Pada pernyataan kedua (Saya merasa puas dengan kualitas makanan Café Janji jiwa Surabaya.), dari 155 responden terdapat 24.5% yang menyatakan sangat setuju, 47.7% responden menyatakan setuju, 24.5% responden menyatakan netral, 3.2% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa Secara keseluruhan mayoritas responden bersikap netral bahwa Café Janji Jiwa membuat pelanggan dalam suasana hati yang baik.
3. Pada pernyataan ketiga (: Saya merasa ingin berkunjung kembali dilain waktu

di Café Janji jiwa Surabaya.), dari 155 responden terdapat 22.6% yang menyatakan sangat setuju, 51.6% responden menyatakan setuju, 21.9% responden menyatakan netral, 3.9% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa pelanggan sangat menikmati diri saya sendiri di Café Janji Jiwa.

4.2.3.7 Penjelasan Responden terhadap *Customer Loyalty*

Berikut ini adalah distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel *Customer Loyalty*.

Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Customer Loyalty*

No Item	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Mean	Total F
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	34	21.9	96	61.9	25	16.1	0	00	0		4,03	155
2	25	16.1	83	53.5	44	28.4	3	1.90	0		3,77	155

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (Saya akan merekomendasikan Café Janji jiwa Surabaya kepada teman dan kerabat.), dari 155 responden terdapat 21.9% yang menyatakan sangat setuju, 61.9% responden menyatakan setuju, 16.1% responden menyatakan netral, 0% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa pelanggan akan merekomendasikan Café Janji Jiwa

kepada teman atau kerabat.

2. Pada pernyataan kedua (Saya akan memilih Café Janji jiwa Surabaya lagi dikemudian hari.), dari 155 responden terdapat 16.1% yang menyatakan sangat setuju, 53.5% responden menyatakan setuju, 28.4% responden menyatakan netral, 1.9% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa akan kembali di Café Janji Jiwa kemudian hari.

4.2.4 Pengujian Asumsi SEM

4.2.4.1 Multivariate Normality

Multivariate normality mengacu pada pendeteksian bentuk distribusi data pada variabel secara multivariat dan korespondensinya dengan distribusi normal. Dalam pengertian sederhana, *multivariate normality* memberikan arti bahwa sekumpulan variabel berdistribusi normal dalam arti univariat maupun multivariat, sehingga jika suatu variabel adalah memenuhi *multivariate normality*, maka juga dianggap memenuhi *univariate normality*, namun tidak berlaku sebaliknya (Hair *et al.*, 2014:69).

Pada SEM, pengujian *multivariate normality* dilakukan dengan nilai *critical ratio* (c.r.) pada bagian *kurtosis multivariate*, nilai c.r. ini juga disebut dengan *Z-value*. Bila nilai *Z-value* lebih kecil dari nilai kritis maka distribusi data adalah normal. Nilai kritis dapat ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi 0,05 (5%) yaitu sebesar $\pm 2,58$.

Tabel 4.9. Uji *Multivariate Normality*

Pengujian	Kurtosis	c.r <i>multivariate</i>	Kesimpulan
<i>Multivariate normality</i>	-13,87	-2,23	c.r. berada di dalam rentang $\pm 2,58$, sehingga data secara multivariat berdistribusi normal

Hasil uji normalitas menunjukkan c.r *multivariate* sebesar -2,23 yang berada di dalam rentang $-2,58$ hingga $+2,58$ pada tingkat signifikansi 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara *multivariate* data berdistribusi normal.

4.2.4.2 Univariate Outlier

Hasil uji *univariate outlier* pada Lampiran 3 menghasilkan nilai *Z-score* pada semua indikator berada dalam rentang -3 sampai dengan $+3$, dengan nilai terendah $-2,613$ dan nilai terbesar $1,691$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara *univariate* tidak ada outlier pada data penelitian.

4.2.4.3 Multivariate Outlier

Pendeteksian *outlier* secara *multivariate* dapat dilakukan dengan menggunakan Jarak Mahalanobis (*Mahalanobis d-Squared*), prinsipnya adalah *Mahalanobis d-Squared* merupakan ukuran untuk mengevaluasi posisi setiap pengamatan dibandingkan dengan pusat semua pengamatan pada satu set variabel (Hair *et al.*, 2014:67). *Mahalanobis d-Squared* yang dihasilkan dievaluasi dengan menggunakan χ^2 (*chi-square*) pada derajat bebas sebesar jumlah indikator yang digunakan dalam model SEM. Apabila ada pengamatan yang menghasilkan nilai *Mahalanobis d-Squared* lebih besar dari nilai *chi-square* pada $df =$ jumlah indikator dan tingkat signifikansi 0,001, maka pengamatan tersebut diidentifikasi sebagai *multivariate outliers*. Hasil perhitungan *chi-square* tabel adalah sebesar 46,80.

Tabel 4.10. Uji *Multivariate Outlier*

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
71	33,845	,038	,978
19	32,262	,055	,976
14	30,520	,082	,991
55	28,164	,136	1,000
64	27,811	,146	,999
32	27,447	,157	,999
69	27,303	,161	,998
12	27,247	,163	,995
6	27,167	,165	,990
27	26,630	,183	,993
42	26,158	,200	,994
:	:	:	:
34	13,055	,907	,004
37	12,514	,925	,004
7	9,848	,981	,144

Hasil deteksi *multivariate outlier* menunjukkan semua observasi memiliki nilai *mahalanobis d-squared* lebih kecil dari batas *chi-square* tabel 46,80, sehingga semua observasi (responden) tidak ada yang diindikasikan sebagai outlier, sehingga semuanya bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.2.4.4 Collinearity dan Singularity

Singularity dan *multicolinearity* dapat dideteksi melalui nilai *determinant covariance matrix*. Nilai determinan yang sangat kecil merupakan indikasi adanya permasalahan *multicolinearity* atau *singularity*. Grewal, Cote, dan Baumgartner (2004:519) tentang *multicollinearity and measurement error in SEM*, menyatakan bahwa selain menggunakan *determinant covariance matrix*, deteksi *multicollinearity* dapat dilakukan dengan matriks korelasi. Pada matriks korelasi, nilai korelasi sebesar 0,80 atau lebih mengindikasikan adanya *multicollinearity*

(Hair *et al.* 2014:157). Pendekatan lainnya adalah menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan batasan $VIF < 10$ untuk syarat tidak terjadinya *singularity* dan *collinearity* (Hair *et al.* 2014:157). Hasil evaluasi *singularity* dan *collinearity* disajikan pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11 Hasil Deteksi *Singularity* dan *Collinearity*

Variabel Independen	<i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)
<i>Service Quality</i>	1,207
<i>Social Enjoyment</i>	1,093
<i>Cleanness</i>	1,091
<i>Aesthetics</i>	1,044
<i>Cost</i>	1,058
<i>Determinant of sample covariance matrix</i> = 1,564	
<i>Sample Correlations Matrix (maximum)</i> = 0,720	
<i>Sample Between Constructs (maximum)</i> = 0,350	

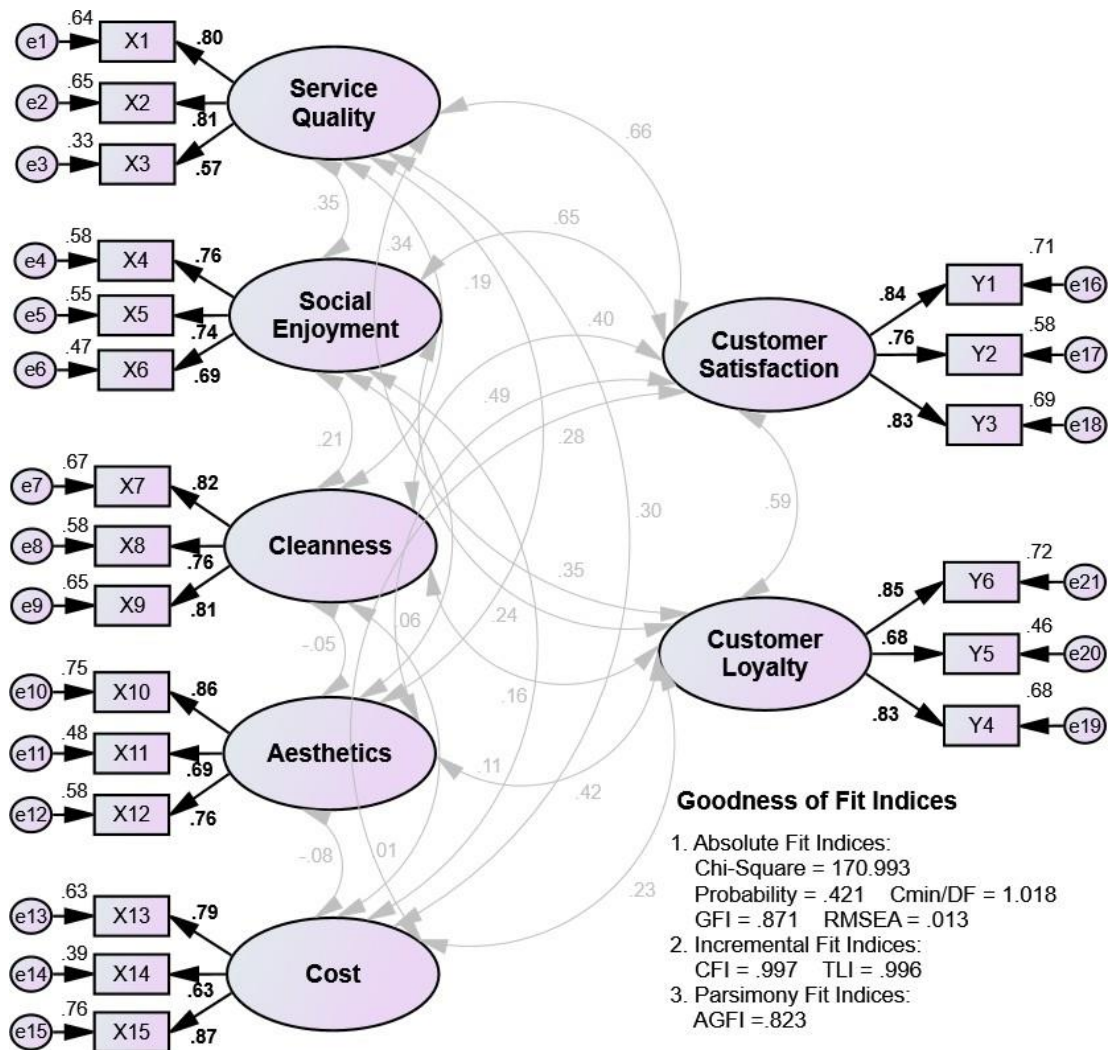
Tabel 4.11 di atas menunjukkan konstruk independen (eksogen) semuanya menghasilkan nilai VIF lebih kecil dari 10. Nilai *determinant covariance matrix* juga lebih besar dari nol, begitu juga pada matriks korelasi antar indikator (*sample correlation matrix*) menghasilkan nilai tertinggi 0,720 dan korelasi antar konstruk eksogen menghasilkan nilai tertinggi 0,350 (tidak ada nilai korelasi yang melebihi nilai 0,80). Dengan demikian dapat disimpulkan pada model penelitian ini tidak terjadi *multikolinieritas* dan *singularitas*, sehingga asumsi tidak adanya *multicolinearity* dan *singularity* pada model penelitian dapat dipenuhi.

4.2.5 Analisis Measurement Model

4.2.5.1 Construct Validity

Hasil estimasi model pengukuran pada setiap konstruk yang terdiri dari *service quality*, *social enjoyment*, *cleanness*, *aesthetics*, *cost*, *customer satisfaction*,

dan *customer loyalty*, dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut:



Gambar 4.1. Hasil Estimasi Model Pengukuran

Construct validity menunjukkan sebuah pengujian untuk mengetahui sejauh mana indikator dalam mengukur konstruk. Pada SEM, uji validitas konstruk dilakukan melalui validitas konvergen, dengan *rule of thumb* adalah konstruk dikatakan memenuhi *convergent validity* apabila indikator pada konstruk tersebut mempunyai nilai *standardized regression weight* (*lambda/ factor loading*) di atas 0,50. Hasil evaluasi *construct validity* pada setiap konstruk juga dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12. Nilai *Factor Loading* Pada Setiap Konstruk

Konstruk	Indikator	<i>Factor Loadings</i>	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Service Quality</i>	X1	0,800	$\geq 0,50$	Valid
	X2	0,809	$\geq 0,50$	Valid
	X3	0,573	$\geq 0,50$	Valid
<i>Social Enjoyment</i>	X4	0,764	$\geq 0,50$	Valid
	X5	0,741	$\geq 0,50$	Valid
	X6	0,687	$\geq 0,50$	Valid
<i>Cleanness</i>	X7	0,820	$\geq 0,50$	Valid
	X8	0,762	$\geq 0,50$	Valid
	X9	0,808	$\geq 0,50$	Valid
<i>Aesthetics</i>	X10	0,865	$\geq 0,50$	Valid
	X11	0,690	$\geq 0,50$	Valid
	X12	0,763	$\geq 0,50$	Valid
<i>Cost</i>	X13	0,791	$\geq 0,50$	Valid
	X14	0,626	$\geq 0,50$	Valid
	X15	0,870	$\geq 0,50$	Valid
<i>Customer Satisfaction</i>	Y1	0,840	$\geq 0,50$	Valid
	Y2	0,764	$\geq 0,50$	Valid
	Y3	0,833	$\geq 0,50$	Valid
<i>Customer Loyalty</i>	Y4	0,825	$\geq 0,50$	Valid
	Y5	0,677	$\geq 0,50$	Valid
	Y6	0,847	$\geq 0,50$	Valid

Tabel 4.12 menunjukkan pada model pengukuran, setiap indikator pada setiap konstruk *service quality*, *social enjoyment*, *cleanness*, *aesthetics*, *cost*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*, semuanya sudah memiliki nilai *factor loading* lebih besar dari 0,50, sehingga indikator-indikator tersebut valid dalam membentuk konstruk dan dapat digunakan untuk membangun model.

4.2.5.2 Construct Reliability

Uji reliabilitas konstruk diperiksa menggunakan nilai *construct reliability*, sebuah konstruk dikatakan reliabel bilamana nilai *construct reliability* besar dari

0,70 (Solimun, 2017:78). Hair *et al.* (2014:605) menambahkan, *rule of thumb* nilai *construct reliability* harus lebih besar dari 0,70, dan nilai *construct reliability* lebih besar dari 0,60 pun masih dapat diterima asalkan setiap indikator telah memenuhi *convergent validity*. Hasil evaluasi *construct reliability* pada setiap konstruk dapat dilihat pada Tabel 4.13:

Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk

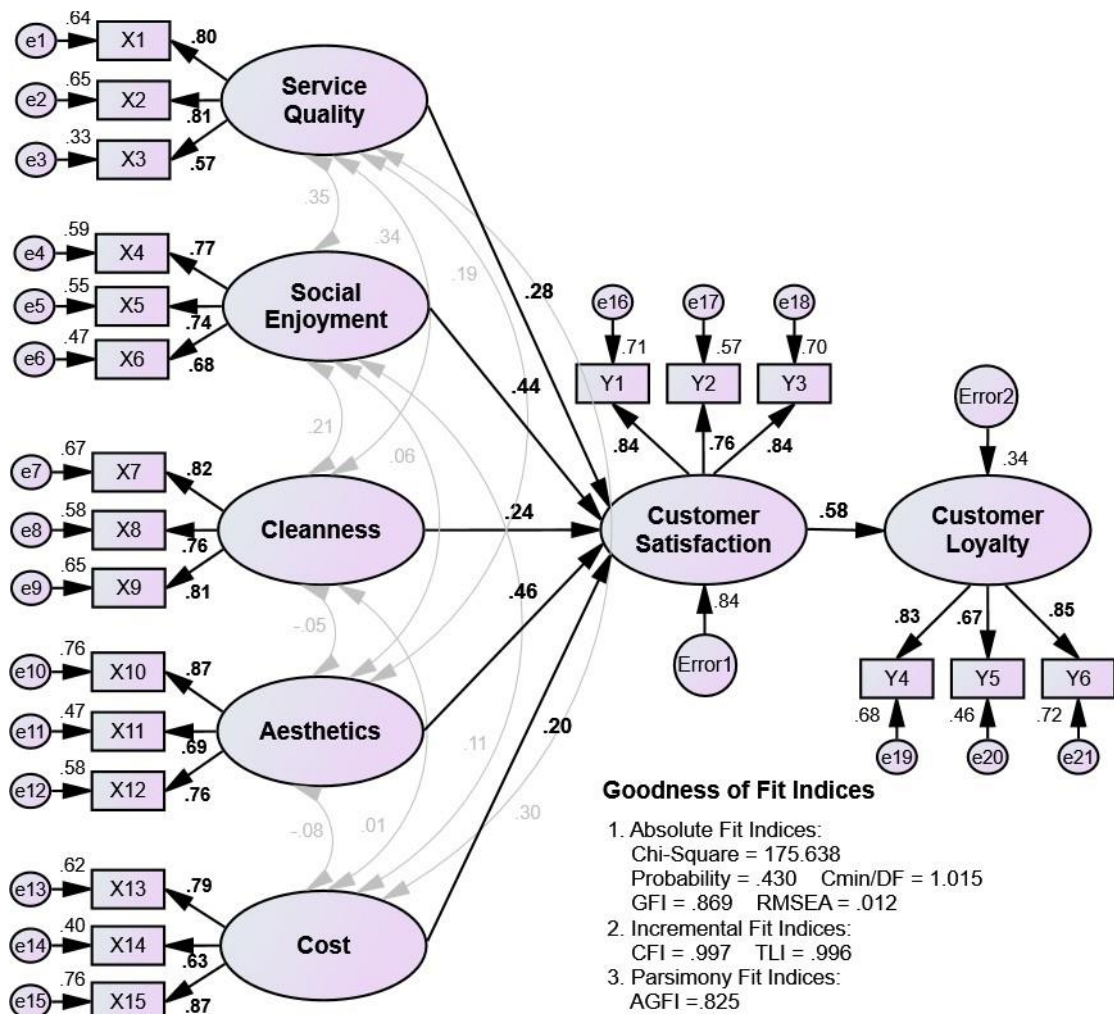
Konstruk	<i>Construct Reliability</i>	AVE	Keterangan
<i>Service Quality</i>	0,776	0,541	Reliabel
<i>Social Enjoyment</i>	0,775	0,535	Reliabel
<i>Cleanness</i>	0,839	0,635	Reliabel
<i>Aesthetics</i>	0,818	0,602	Reliabel
<i>Cost</i>	0,810	0,591	Reliabel
<i>Customer Satisfaction</i>	0,854	0,661	Reliabel
<i>Customer Loyalty</i>	0,828	0,619	Reliabel

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa setiap konstruk menghasilkan nilai *construct reliability* lebih besar dari 0,70 dan juga nilai AVE lebih besar dari 0,50, sehingga disimpulkan indikator-indikator tersebut reliabel dalam mencerminkan konstruk *service quality*, *social enjoyment*, *cleanness*, *aesthetics*, *cost*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*.

4.2.6 Analisis Structural Model

4.2.6.1 Structural Model Fit

Setelah tahap analisis *measurement model* terpenuhi, maka tahap berikutnya adalah analisis *structural model*. Tahapan *structural model* diawali dengan evaluasi *structural model fit (goodness of fit)* yang berfungsi untuk memastikan model yang dikembangkan telah sesuai dengan data (*fit*). Hasil estimasi model struktural dan nilai kriteria *goodness of fit* disajikan pada Gambar 4.2 berikut:



Gambar 4.2. Hasil Estimasi Model Struktural

Hasil perhitungan nilai indeks-indeks *goodness of fit* yang dihasilkan model struktural adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14. Indeks Pengujian Kelayakan SEM

Kriteria <i>Goodness of Fit</i>		Full Model	Nilai Kritis	Kesimpulan
<i>Absolute Fit Indices</i>	<i>Probability Chi-square</i>	0,430	> 0,05	<i>Good fit</i>
	<i>Cmin/DF</i>	1,015	≤ 2,00	<i>Good fit</i>
	<i>GFI</i>	0,869	≥ 0,90	<i>Marginal fit</i>
	<i>RMSEA</i>	0,012	≤ 0,08	<i>Good fit</i>
<i>Incremental Fit Indices</i>	<i>TLI</i>	0,997	≥ 0,95	<i>Good fit</i>
	<i>CFI</i>	0,996	≥ 0,95	<i>Good fit</i>
<i>Parsimony Fit Indices</i>	<i>AGFI</i>	0,825	≥ 0,90	<i>Marginal fit</i>

Hasil uji kesesuaian model struktural menunjukkan semua kriteria kesesuaian model sudah memenuhi syarat (*good fit* atau *marginal fit*), sehingga model struktural dapat diterima. *Good fit* berarti model sudah memiliki kesesuaian model yang baik, dan *marginal fit* berarti model memiliki kesesuaian dalam batasan yang masih dapat diterima.

4.2.6.1 Testing Structural Relationships (Pengujian Hipotesis)

Pada *testing structural relationships*, dilakukan pengujian hipotesis untuk menguji signifikansi pengaruh antar variabel, dengan menggunakan nilai *critical ratio* (*CR*) dan nilai probabilitas (*p-value*). Signifikan tidaknya pengaruh antar variabel menggunakan ketentuan apabila nilai $CR \geq 1,96$ atau nilai $p\text{-value} \leq$ taraf nyata 5%, maka diputuskan ada pengaruh yang signifikan antar variabel tersebut. Berikut adalah hasil *testing structural relationships* dalam rangka pengujian setiap hipotesis penelitian berdasarkan output SEM:

Tabel 4.15. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Antar Variabel

Pengaruh Antar Variabel	<i>Std Estimate</i>	<i>C.R.</i>	<i>P-value</i>
<i>Service Quality</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,277	2,749	0,006
<i>Social Enjoyment</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,440	4,536	0,000
<i>Cleanness</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,236	2,783	0,005
<i>Aesthetics</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,457	5,114	0,000
<i>Cost</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,197	2,349	0,019
<i>Satisfaction</i> → <i>Customer Loyalty</i>	0,581	5,028	0,000

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil estimasi koefisien pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai *CR* sebesar 2,749 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,006 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,277 (positif), artinya semakin baik kualitas layanan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, dapat diterima (H_1 diterima).
2. Hasil estimasi koefisien pengaruh *social enjoyment* terhadap *customer satisfaction* juga menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai *CR* sebesar 4,536 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,440 (positif), artinya semakin tinggi kenikmatan sosial maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis

kedua yang menyatakan bahwa *social enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, juga dapat diterima (H₂ diterima).

3. Hasil estimasi koefisien pengaruh *cleanness* terhadap *customer satisfaction* juga menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai *CR* sebesar 2,783 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,005 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,236 (positif), artinya semakin baik kebersihan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *cleanness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, juga dapat diterima (H₃ diterima).
4. Hasil estimasi koefisien pengaruh *aesthetics* terhadap *customer satisfaction* juga menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai *CR* sebesar 5,114 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,457 (positif), artinya semakin baik estetika maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa *aesthetics* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, juga dapat diterima (H₄ diterima).
5. Hasil estimasi koefisien pengaruh *cost* terhadap *customer satisfaction* juga menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai *CR* sebesar 2,349 (lebih

besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,019 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,197 (positif), artinya semakin baik kesesuaian biaya maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyatakan bahwa *cost* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, juga dapat diterima (H_5 diterima).

6. Hasil estimasi koefisien pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai *CR* sebesar 5,028 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,582 (positif), artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis keenam yang menyatakan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, dapat diterima (H_6 diterima).

4.3 Pembahasan

Berdasarkan pada hasil perhitungan dan interpretasi perhitungan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka pada bagian ini akan membahas hasil penelitian untuk menjelaskan permasalahan penelitian tanpa keluar dari konteks yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

Berdasarkan gambaran umum responden, diketahui bahwa sebagian besar usia pelanggan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya sebanyak 57 % atau sekitar 88

responden berada pada usia 18-35 tahun. Dari data tersebut maka Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya dapat meningkatkan beberapa variabel yang menjadikan usia tersebut sebagai target. Salah satu contoh variabel yang dapat ditingkatkan adalah cost, hal ini dapat di tingkatkan dengan cara Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya memberikan harga yang sedikit lebih murah atau memberikan potongan harga, sebab laki-laki maupun perempuan menyukai hal yang murah tetapi dengan murah yang memiliki kualitas yang sesuai dengan harga ataupun porsi minuman yang akan diberikan kepada pelanggan. Contoh promosi bagi pelajar dapat diberikan potongan harga, serta porsi yang diberikan juga akan sedikit lebih sesuai. Dari keenam hipotesis yang telah diteliti menunjukkan bahwa terdapat keenam hipotesis diterima.

Hipotesis pertama yaitu service quality berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction. Pada hipotesis ini didukung dengan nilai CR sebesar 5,498 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,514 (positif), artinya semakin baik Service Quality maka citra merek akan semakin kuat. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Service Quality berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction pada Café Janji Jiwa, dapat diterima (H1 diterima). Hipotesis ini signifikan yang didukung oleh penelitian Rahman (2019) service quality adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Hipotesis kedua adalah cleanness berpengaruh signifikan terhadap variabel customer satisfaction. Hipotesis ini didukung dengan nilai CR sebesar 4,690 (lebih

besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,396 (positif), artinya semakin baik kualitas minuman maka citra merek akan semakin kuat. Dimana hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ini diterima. Cleanness menurut Wakefield dan Blodgett (1996) adalah kualitas dari layanan yang dapat dirasakan dari penyedia layanan dimana kualitas layanan tersebut dapat berupa lingkungan yang bersih. Pada hasil penelitian yang diperoleh bahwa cleanness Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya area persiapan minuman selalu bersih, tempat makan selalu terjaga kebersihannya, dan toilet selalu terlihat bersih. Hal ini juga meningkatkan customer satisfaction puas secara keseluruhan akan minuman, puas secara keseluruhan akan pelayanan yang diberikan, puas akan pengalaman berkunjung di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya.

Hipotesis ketiga aesthetics berpengaruh signifikan terhadap variabel customer satisfaction. Hipotesis ini didukung dengan nilai CR sebesar 4,529 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,407 (positif), artinya semakin baik kualitas minuman maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Menurut Kusmiati (2004) aesthetics adalah suatu kondisi yang berkaitan dengan sensasi keindahan yang dirasakan seseorang, tetapi rasa keindahan tersebut baru akan dirasakan apabila terjalin perpaduan yang harmonis dari elemen-elemen keindahan yang terkandung pada suatu objek. Pada hasil penelitian ini, hipotesis ketiga mendukung teori dari Kusmiati (2004) dan hasil yang diperoleh bahwa aesthetics Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya penataan tempat makan memiliki

visual yang menarik, desain warna kayu terlihat menarik, pencahayaan cukup, desain dari bagian luar dengan dominasi tema bahari terlihat menarik. Adapun alasan lain variabel aesthetics berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction di karenakan aesthetics dari Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya menerapkan konsep instagramable dengan mengusung konsep lounge mewah nan elegan.

Hipotesis keempat adalah cost berpengaruh signifikan terhadap variabel *customer satisfaction*. Hipotesis ini didukung dengan nilai CR sebesar 2,200 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,028 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,159 (positif), artinya semakin baik kualitas layanan maka citra merek akan semakin kuat. Menurut Tjiptono (2016) cost adalah bagian dari bauran pemasaran dimana menunjukkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang tercermin dari harga yang ditetapkan untuk suatu produk tertentu yang pada akhirnya akan menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Pada hasil penelitian yang diperoleh bahwa cost Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya biaya yang dikeluarkan untuk makan sudah sesuai, harga dari minuman terjangkau, harga minuman sesuai untuk kualitas minuman yang diberikan. Hal ini juga meningkatkan customer satisfaction puas secara keseluruhan akan minuman, puas secara keseluruhan akan pelayanan yang diberikan, puas akan pengalaman berkunjung di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya.

Hipotesis kelima adalah *social enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap variabel customer satisfaction. Hipotesis ini didukung dengan nilai CR sebesar

2,695 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,007 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,267 (positif), artinya semakin baik Social enjoyment maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa atmospherics berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada Café Janji Jiwa di Surabaya, juga dapat diterima. Hipotesis ini signifikan yang didukung oleh penelitian Simpson dan Weiner (1989) mendefinisikan social enjoyment sebagai kondisi kesadaran atau sensasi yang disebabkan oleh kenikmatan atau antisipasi dari apa yang dirasakan atau dipandang sebagai baik atau diinginkan; kenikmatan, kesenangan, kepuasan.

Hipotesis keenam adalah customer satisfaction signifikan terhadap variabel customer loyalty. Hipotesis ini didukung dengan nilai CR sebesar 6,390 (lebih besar dari 1,96) dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 (lebih kecil dari taraf nyata 5%). Koefisien pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 0,501 (positif), artinya semakin baik kualitas layanan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis keenam yang menyatakan bahwa Customer Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap Customer loyalty pada Café Janji Jiwa di Surabaya, juga dapat diterima (H₆ diterima). Menurut Tjiptono (2015), customer satisfaction adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Pada hasil penelitian yang diperoleh bahwa customer satisfaction Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya puas secara keseluruhan akan minuman, puas secara keseluruhan akan pelayanan yang diberikan, puas akan

pengalaman berkunjung di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya. Hal ini juga dapat meningkatkan customer loyalty yang dimana akan berkunjung kembali untuk beberapa tahun mendatang, menyarankan pada teman-teman saya untuk makan di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, mengatakan hal positif mengenai Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya kepada kerabat saya., dan merekomendasikan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya kepada orang-orang yang meminta rekomendasi Cafe and Resto.

Variabel customer loyalty dibentuk oleh variabel customer satisfaction, dimana memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.501. Dapat disimpulkan bahwa pelanggan memiliki tingkat kesetiaan yang tinggi pada Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya.

Pada variabel customer satisfaction dibentuk oleh variabel service quality, cleanness, aesthetics, social enjoyment dan cost, dimana variabel-variabel ini yang paling mempengaruhi customer satisfaction adalah service quality dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.514. Variabel lainnya yang juga mempengaruhi customer satisfaction adalah aesthetics dengan nilai koefisien regresi 0.407. Pada variabel selanjutnya adalah cleanness yang memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.396, selanjutnya adalah variabel social enjoyment dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.267, kemudian variabel selanjutnya adalah cost memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.159. Hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan yang puas terhadap Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, ketika pelanggan merasa puas terhadap service quality yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel customer satisfaction, karena pelanggan

merasa dipedulikan ataupun dihormati ketika datang, oleh karena itu service quality memiliki peranan yang cukup penting, jika service quality dari Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya tidak memiliki standart yang bagus, maka customer satisfaction tidak dapat timbul di pemikiran para pelanggan.

Pada variabel aesthetics yang memiliki pengaruh kedua terhadap customer satisfaction, dimana aesthetics dari Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya bagus dari sisi desain kayu yang digunakan, cahaya, dan penataan hiasan. Hal ini akan menimbulkan kosumen berpikir tempat Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya menarik. Oleh karena itu aesthetics memiliki peranan yang penting juga, jika suatu Café and Resto dinilai bagus akan menimbulkan customer satisfaction pada pelanggan.

Pada variabel cleanness yang memiliki pengaruh ketiga terhadap customer satisfaction, dimana cleanness dari Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya bagus dikarenakan pada cleanness Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya baik, baik dalam arti memiliki kualitas kebersihan yang sangat terjaga dari sisi bagian luar dan dalam resto. Hal ini membuat konsumen akan merasa nyaman dan bersih tempatnya, ketika berkunjung ke Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya. Oleh karena itu cleanness memiliki peranan penting pada customer satisfaction, jika cleanness pada Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya bagus, maka customer satisfaction akan timbul pada benak pelanggan.

Pada variabel social enjoyment yang memiliki pengaruh terhadap customer satisfaction, tetapi tidak berpengaruh signifikan dikarenakan memiliki dalam objek Café and Resto yang lebih memiliki pengaruh lain seperti variabel food quality,

discount, dan promotion yang sesuai untuk Café and Resto. Meskipun dapat berbincang dengan orang-orang belum tentu dapat menimbulkan customer satisfaction terhadap suatu pelanggan, maka hal ini menyebabkan social enjoyment tidak berpengaruh signifikan.

Pada variabel cost yang memiliki pengaruh signifikan terhadap customer satisfaction, dikarenakan cost pada Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya baik. Artinya memiliki harga yang tidak terlalu mahal dari segi minuman maupun minumannya. Hal ini membuat konsumen tidak merasa berpikir bahwa minuman Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya tidak mahal. Oleh karena itu cost memiliki peranan penting pada customer satisfaction. Jika suatu cost pada Café and Resto baik, maka timbul customer satisfaction pada pelanggan.

Tabel 4.36 Indikator Variabel Customer Satisfaction

No	Variabel	<i>Lambda loading</i>	Mean
1	CS 1	0.567	3,85
2	CS 2	0.591	3,86
3	CS 3	0.599	3,86

Sumber: data diolah, 2023

Pada variabel customer satisfaction yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel customer loyalty dengan nilai koefisien 0.501. Hal ini penting bagi Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk terus meningkatkan customer loyalty. Indikator pertama dengan nilai angka terbesar Lambda Loading 0.599 dimiliki oleh CS 3 (Saya merasa puas akan pengalaman berkunjung di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya) dengan nilai mean yang didapat sebesar 3,86, dimana indikator ini bisa mengukur variabel customer satisfaction dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk

dipertahankan. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan customer satisfaction untuk kedepannya, hal ini dapat dilakukan dengan melakukan quick training setiap hari untuk para pekerja dengan tujuan untuk mempertahankan keramahan dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa senang dan nyaman saat berada di area Café.

Indikator dengan uji Lambda Loading urutan kedua adalah CS 2 (Saya merasa puas secara keseluruhan akan pelayanan yang diberikan di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya) dengan nilai Lambda Loading yang didapat sebesar 0.591 dengan nilai mean sebesar 3.86, dimana indikator dapat mengukur variabel customer satisfaction dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk dipertahankan. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan customer satisfaction untuk kedepannya, seperti dengan menyediakan *hand sanitizer* ditempat pemesanan produk.

Pada indikator dengan hasil Lambda Loading tertinggi ketiga adalah CS 1 (Saya merasa puas secara keseluruhan akan minuman dari Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya) dengan nilai Lambda Loading yang didapat sebesar 0.567 dengan nilai mean 3.85, dimana indikator ini dapat mengukur variabel customer satisfaction dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan customer satisfaction untuk kedepannya,

seperti menambahkan menu kopi yang lagi trendy seperti di drama Korea.

Tabel 4.37 Indikator Variabel *Cleanness*

No	Variabel	Nilai Lambda Loading	Mean
1	CE 1	0.544	4.104
2	CE 2	0.506	4.280
3	CE 3	0.648	4.280

Sumber: data diolah, 2023

Pada indikator variabel *cleanness* pertama yang memiliki Lambda Loading paling tinggi adalah CE 3 (Saya merasa toilet di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya selalu terlihat bersih) dengan nilai hasil Lambda Loading sebesar 0.649 dan nilai mean sebesar 4.280, dimana indikator ini bisa mengukur variabel *cleanness* dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk dipertahankan. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk meningkatkan kebersihan toilet pada cafe dengan melakukan pengecekan dan pembersihan setiap 2 jam sekali, menambahkan tempat sampah kecil di area luar kamar mandi, menambahkan pengharum kamar mandi, dan melakukan penataan peralatan di dalam kamar mandi seperti tisu, toilet brush, dan hand bidet.

Pada indikator variabel *cleanness* kedua yang memiliki Lambda Loading paling tinggi adalah CE 1 (Area persiapan minuman di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya selalu bersih) dengan nilai Lambda Loading yang diperoleh sebesar 0.518 dan nilai mean sebesar 4.104, dimana indikator ini bisa mengukur variabel *cleanness* dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal

ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk mengembangkan serta meningkatkan kebersihan area persiapan dengan cara melakukan pembersihan 2 minggu sekali secara menyeluruh pada area persiapan. Contohnya melakukan pembersihan pada area kerja dan kasir.

Pada indikator ketiga variabel cleanness yang memiliki Lambda Loading tertinggi ketiga adalah CE 2 (Tempat makan di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya selalu terjaga kebersihannya) dengan nilai angka Lambda Loading sebesar 0.505 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.280, dimana indikator ini bisa mengukur variabel cleanness dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk dipertahankan. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk mempertahankan serta meningkatkan kebersihan tempat makan dengan cara, menggunakan vacuum cleaner untuk membersihkan debu di lantai dan melakukan penyemprotan desinfektan pada seluruh area cafe setiap hari setelah jam operasional selesai.

Tabel 4.38 Indikator Variabel Cost

No	Variabel	Nilai Lambda Loading	Mean
1	CO 1	0.573	4.168
2	CO 2	0.667	4.120
3	CO 3	0.705	4.128

Sumber: data diolah, 2023

Pada indikator variabel cost yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi adalah CO 3 (Saya merasa harga minuman di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya sesuai untuk kualitas minuman yang diberikan) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.705 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.128, dimana indikator ini

bisa mengukur variabel cost dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas minuman yang disajikan dengan tetap menggunakan bahan minuman yang masih segar dan mencegah menggunakan bahan yang sudah tidak segar. Contohnya menggunakan bahan segar yang dibeli di hari itu juga agar kualitas minuman selalu terjaga.

Pada indikator variabel cost yang memiliki Lambda Loading tertinggi kedua adalah CO 2 (Saya merasa harga dari minuman Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya terjangkau) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.667 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.120, dimana indikator ini bisa mengukur variabel cost dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk mengembangkan paket menu minuman yang ada di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, seperti menambahkan paket baru yang lebih terjangkau pada jam tertentu. contohnya membuat paket makan siang dari jam 11.00 - 13.00 dimana pelanggan dapat menikmati paket hidangan berisi es kopi hitam spesial ala cafe dengan harga yang lebih murah dari paket yang lain.

Pada indikator variabel cost yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi ketiga adalah CO 1 (Saya merasa biaya yang dikeluarkan untuk makan di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya sudah sesuai) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.573 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.168, dimana indikator ini bisa mengukur

variabel cost dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya meningkatkannya dengan cara, seperti menggunakan perlengkapan makan yang lebih bagus lagi. Dalam arti menggunakan bahan yang tebal dan tidak tipis (sedotan, gelas plastik), sehingga harga minuman lebih sesuai yang telah di bayar oleh pelanggan.

Tabel 4.39 Indikator Variabel Aesthetics

No	Variabel	Nilai Lambda Loading	Mean
1	AES 1	0.584	4.168
2	AES 2	0.418	4.032
3	AES 3	0.446	4.064
4	AES 4	0.443	4.368

Sumber: data diolah, 2023

Pada indikator variabel aesthetics yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi pertama adalah AES 1 (Penataan tempat makan di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya memiliki visual yang menarik) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.584 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.168, dimana indikator ini bisa mengukur variabel aesthetics dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk mempertahankan dan mengembangkannya dengan cara mendekorasi bagian dalam cafe dengan ornament dan hiasan sesuai dengan perayaan nasional atau perayaan religi dalam bulan tertentu. contohnya mendekorasi bagian dalam dengan ornament merah putih pada bulan agustus atau ornament natal saat memasuki bulan desember.

Pada indikator variabel aesthetics yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi kedua adalah AES 3 (Saya merasa pencahayaan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya cukup) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.446 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.064, dimana indikator ini bisa mengukur variabel aesthetics dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk mempertahankan dan meningkatkan pencahayaan di area cafe dengan cara menambahkan beberapa lentera kecil pada area yang masih terlihat gelap contohnya di area sudut ruangan yang tidak terkena cahaya dari lampu utama.

Pada indikator variabel aesthetics yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi ketiga adalah AES 4 (Desain dari bagian luar Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya dengan dominasi tema bahari terlihat menarik) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.443 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.368, dimana indikator ini dapat mengukur variabel aesthetics dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden.

Karena sudah dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk mempertahankan dan mengembangkan tingkat kemenarikan bagian luar cafe dengan cara menambahkan lampu LED pada area luar cafe. Selain dapat membuat desain bagian luar terlihat mencolok pada malam hari, juga dapat membantu pelanggan menerangi jalan menuju tempat parkir.

Pada indikator variabel aesthetics yang terakhir yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi terakhir adalah AES 2 (Desain bagian dalam Kopi Janji Jiwa di

Manyar Surabaya yang didominasi warna kayu terlihat menarik) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.418 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.032, dimana indikator ini bisa mengukur variabel aesthetics dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk mempertahankannya dengan cara menggunakan kayu dengan warna yang sama pada setiap perabotan kayu untuk meningkatkan kesan serasi dan menambahkan ukiran pada beberapa dinding kayu yang terlihat mencolok sehingga dapat menarik perhatian pengunjung.

Tabel 4.40 Indikator Variabel Social Enjoyment

No	Variabel	Nilai Lambda Loading	Mean
1	SE 1	0.586	4.144
2	SE 2	0.549	4.144
3	SE 3	0.652	4.144

Sumber: data diolah, 2023

Pada indikator variabel social enjoyment yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi pertama adalah SE 3 (saya merasa senang menghabiskan waktu bersama keluarga saya di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.652 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.144, dimana indikator ini bisa mengukur variabel social enjoyment dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya meningkatkannya dengan cara menyiapkan beberapa meja yang di kelilingi pembatas agar dapat meningkatkan ruang privasi sehingga dapat mencegah gangguan ke meja lain dan dari meja lain

untuk meningkatkan kenyamanan saat menghabiskan waktu bersama keluarga.

Pada indikator variabel social enjoyment yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi kedua adalah SE 1 (Saya merasa Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya merupakan tempat yang menyenangkan untuk berkumpul dengan teman saya) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.586 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.144, dimana indikator ini bisa mengukur variabel social enjoyment dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya meningkatkannya dengan cara menyediakan fasilitas free wifi untuk setiap pelanggan yang melakukan dine in, sehingga pelanggan dapat menikmati waktu dengan mengakses internet selama berada di area cafe.

Pada indikator variabel social enjoyment yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi ketiga adalah SE 2 (Saya merasa bersemangat untuk menikmati suasana di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.549 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.144, dimana indikator ini bisa mengukur variabel social enjoyment dan dipersepsikan setuju oleh responden. Karena dipersepsikan setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan lagi menjadi sangat setuju. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya meningkatkannya dengan cara menyiapkan beberapa photobooth yang sesuai dengan tren yang berjalan dengan dihiasi ornamen ala Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya. Contohnya saat mendekati Lebaran, pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya menyiapkan photobooth bertemakan Lebaran dengan gambar

atau ornamen Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya.

Tabel 4.41 Indikator Variabel *Service Quality*

No	Variabel	Nilai Lambda Loading	Mean
1	SQ 1	0.715	4.272
2	SQ 2	0.598	4.408
3	SQ 3	0.666	4.280
4	SQ 4	0.661	4.384
5	SQ 5	0.686	4.272

Sumber: data diolah, 2023

Pada variabel pertama indikator service quality yang memiliki pengaruh paling besar adalah SQ 1 (Saya merasa mendapat perhatian yang menyenangkan dari karyawan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.715 dengan nilai angka mean yang diperoleh sebesar 4.272, dimana indikator ini dapat mengukur variabel service quality dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk selalu mempertahankan perhatian karyawan kepada pengunjung yang datang dan untuk kedepannya dapat ditingkatkan dengan menyediakan hand sanitizer di area pintu masuk dan memastikan pelanggan tidak memiliki riwayat alergi dari bahan yang disediakan di menu sebelum melakukan pemesanan.

Pada indikator variabel service quality kedua yang memiliki Lambda Loading paling tinggi adalah SQ 5 (Saya merasa tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk menikmati menu yang telah saya pesan di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.686 dengan nilai angka mean sebesar 4.272, dimana indikator ini dapat mengukur variabel service quality dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan sangat

setuju, maka perlu untuk Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk meningkatkannya lagi dengan cara menambah jumlah pegawai koki yang ada di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya dari 2 pegawai koki menjadi 4 pegawai koki di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya.

Pada variabel indikator service quality terbesar ketiga adalah SQ 3 (Saya merasa karyawan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya berperilaku baik dalam melayani pelanggan. dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.666 dengan nilai mean sebesar 4.280, dimana indikator ini dapat mengukur variabel service quality dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk dipertahankan. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk terus mempertahankan dan meningkatkan lagi dengan menyempatkan SANITIZER ke meja dan kursi setelah membersihkan meja yang telah selesai digunakan pelanggan dan dengan menggunakan sarung tangan steril untuk menjaga kebersihan hidangan yang akan disajikan.

Pada variabel indikator service quality terbesar keempat adalah SQ 4 (Saya merasa karyawan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya jujur dalam memberikan informasi sehubungan dengan menu (yang ditawarkan) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.661 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.384, dimana indikator ini dapat mengukur variabel service quality dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk selalu mempertahankan attitude kejujuran karyawan ketika pelanggan sedang bertanya sesuatu hal dan kedepannya dapat ditingkatkan untuk seluruh karyawan memiliki pengetahuan tentang apa saja

bahan menu minuman yang digunakan, serta memberikan pelatihan untuk mengetahui komponen-komponen yang akan digunakan dalam mengolah minuman tersebut dan memberikan edukasi bahasa inggris jika suatu saat Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya kedatangan turis dari luar negeri.

Pada variabel indikator service quality tertinggi kelima adalah SQ 2 (Ketika saya memanggil karyawan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, karyawan dengan cepat mendatangi meja saya) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.598 dan nilai mean sebesar 4.408, indikator ini dapat mengukur variabel service quality dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk dipertahankan dan dikembangkan lagi, seperti menempatkan 1 karyawan untuk 2 meja pelanggan yang akan melakukan pemesanan dikembangkan lagi dengan membagi job desk karyawan menjadi tiga bagian, bagian pertama untuk menerima pesanan, bagian kedua untuk mengantar pesanan, dan bagian ketiga untuk melayani pelanggan yang membutuhkan bantuan.

Tabel 4.42 Indikator Variabel Customer Loyalty

No	Variabel	Nilai Lambda Loading	Mean
1	CL 1	0.342	4.208
2	CL 2	0.675	4.224
3	CL 3	0.680	4.280
4	CL 4	0.602	4.344

Sumber: data diolah, 2023

Pada indikator customer loyalty yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi pertama adalah CL 3 (Saya akan mengatakan hal positif mengenai Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya kepada kerabat saya) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.680 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.280, dimana indikator ini

dapat mengukur variabel customer loyalty dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk terus mempertahankan dan meningkatkan lagi customer loyalty dengan cara membuat kartu member. Kartu member ini berguna untuk mengumpulkan poin yang dapat ditukarkan dengan diskon 20% hingga 30% persen. Satu poin dapat diperoleh dengan pembelian kelipatan Rp10.000. Contohnya diskon sebesar 20% dapat ditukarkan dengan 200 poin dan diskon sebesar 30% dapat ditukarkan dengan 300 poin.

Pada indikator customer loyalty yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi kedua adalah CL 2 (Saya akan menyarankan pada teman-teman saya untuk makan di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.675 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.224, dimana indikator ini bisa mengukur variabel customer loyalty dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk dipertahankan. Hal ini penting bagi pihak Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya meningkatkannya dengan cara memberikan 1 paket gratis yang ada di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya, ketika pelanggan memperoleh voucher yang berisi 5 stempel. Voucher ini didapatkan dengan pembelian di atas Rp 100.000 sedangkan 1 stempel bisa diperoleh dengan sekali pembelian di Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya. Batas penukaran voucher paket gratis adalah 3 bulan setelah mendapatkan 5 stempel.

Pada indikator customer loyalty yang memiliki nilai Lambda Loading tertinggi ketiga adalah CL 4 (Saya akan merekomendasikan Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya kepada orang-orang yang meminta rekomendasi Cafe and Resto)

dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.602 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.344, dimana indikator ini dapat mengukur variabel customer loyalty dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk terus mempertahankan dan meningkatkan lagi customer loyalty dengan cara, memberikan 3 kartu rekomendasi pada setiap pelanggan yang memiliki kartu member. kartu ini digunakan untuk memperoleh hadiah berlevel yang terdiri dari level pertama voucher minuman gratis, level kedua voucher side dish gratis, dan ketiga voucher paket minuman gratis. Pelanggan dapat menggunakan kartu rekomendasi dengan tujuan mengundang teman atau kerabat untuk mendaftarkan diri menjadi member pelanggan setia cafe untuk mendapatkan hadiah voucher. dengan hitungan satu orang per level.

Pada indikator customer loyalty yang memiliki Lambda Loading tertinggi keempat adalah CL 1 (Saya akan berkunjung kembali ke Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk beberapa tahun mendatang) dengan nilai Lambda Loading sebesar 0.342 dan nilai mean yang diperoleh sebesar 4.208, dimana indikator ini dapat mengukur variabel customer loyalty dan dipersepsikan sangat setuju oleh responden. Karena sudah dipersepsikan sangat setuju, maka perlu untuk Kopi Janji Jiwa di Manyar Surabaya untuk terus mempertahankan dan meningkatkan lagi customer loyalty dengan cara memberikan voucher potongan Rp100.000 untuk setiap kunjungan sebanyak 3 kali, dengan catatan pelanggan sudah berkunjung selama kurang lebih 30 kali dalam kurun waktu 3 bulan dengan pembelian di atas Rp250.000 untuk setiap kunjungannya.