

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *performance*, variabel *features*, variabel *conformance to spesification* dan variabel *aesthetics* secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kopi Yogyakarta dan untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan diantara variabel bebas tersebut. Maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini adalah:

1. *Performance, features, conformance to spesifications* dan *aesthetics* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kopi Yogyakarta, hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel yakni dengan F hitung sebesar 56,269 sedangkan F tabel sebesar 2,460 ($56,269 > 2,460$) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan demikian H_a^1 diterima.
2. Variabel *features* menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen Klinik Kopi, dibuktikan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,410 dengan tingkat signifikansi 0,000 paling tinggi dibandingkan dengan nilai koefisien beta variabel bebas lainnya, dengan demikian H_a^2 diterima.
3. *Performance, features, conformance to spesifications* dan *aesthetics* secara simultan berkontribusi terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kopi, dibuktikan dengan nilai Koefisien Determinasi R Square

sebesar 0,691 atau 69,1%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran berikut ini:

1. Saran Bagi Manajemen Klinik Kopi

Diharapkan mempertahankan dan menjaga citra positif Klinik Kopi agar dapat terus menarik konsumen untuk datang ke Klinik Kopi dan memberikan pengalaman yang baik sehingga nantinya akan menciptakan kepuasan kepada konsumen yang berkunjung dan diharapkan akan terus meningkatkan kunjungan konsumen.

2. Saran Bagi Pemilik / Pengusaha Kedai Kopi

- a. Peningkatan *features* atau keistimewaan tambahan pada minuman kopi, seperti penambahan bahan tambahan pada minuman misalnya soda, sirup, gula aren, jelly, boba dan *topping* pada minuman misalnya *ice cream*, *cookies*, *cinnamon powder*. Selain itu menambah peralatan seperti gelas, alas gelas / *saucer*, sedotan, dan sendok yang lebih unik dan beragam untuk menjadi daya tarik konsumen yang datang.
- b. Menciptakan inovasi baru pada minuman kopi dengan menambahkan bahan tambahan agar membuat minuman semakin menarik dan berbeda dari yang lain, seperti susu destilasi, buah alpukat, matcha, red velvet, coklat, sirup dengan rasa yang unik.

Membuat minuman kopi menjadi *mocktail* dengan ditambahkan soda atau sirup. Inovasi tersebut akan menjadi trend bisnis kopi yang menjanjikan dimasa mendatang.

- c. Menambah peralatan penunjang yang berguna bagi konsumen, seperti demitase *glass* untuk *espresso*, *coaster* atau alas gelas, tissue, cangkir untuk minuman panas, *highball glass* untuk minuman dingin, *rocks glass* atau *old fashioned* untuk minuman *mocktails*, sedotan, sendok untuk mengaduk minuman, sendok untuk *cupping* kopi dan peralatan penunjang lainnya yang fungsional.

3. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Untuk mendalami variabel *performance* karena penelitian ini punya keterbatasan dan pernyataannya masih kurang memadai, oleh sebab itu penelitian selanjutnya dapat menambah dan memperbaiki pernyataan – pernyataan yang ada dalam variabel *performance*.
- b. Obyek penelitian ini diharapkan dapat diperluas dan tidak terbatas pada kualitas produk minuman saja melainkan kualitas lainnya seperti pelayanan, dan harga sehingga dapat menghasilkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, P.S dan Usman. 2008. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi.2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta: Liberty Offset
- Firdaus, U. 2008. *Analisis Kepuasan Konsumen de Excelso Coffee Mall Kelapa Gading 3 Jakarta*. Bogor : Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offsetx
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hurriyati, Ratih. 2007. *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung : CV. Alfabeta
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. 2001. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12.. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. 2004. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta : PT.Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. 2006. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Terjemahan: Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta : PT.Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Dasar - Dasar Pemasaran*. Jilid 1.. Terjemahan: Alexander Sindoro & Benyamin Molan., M.M. Jakarta: Prenhalindo
- Mc Charty, Jerome E dan Perreault, William D. 2003. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Edisi 5. Jakarta: Erlangga
- Marsum, W.A. 2005. *Restoran Dan Segala Permasalahannya*. Edisi Empat. Yogyakarta : Andi Offset
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan*. Edisi 1. Yogyakarta: BPFE
- Panggabean, Edy. 2012. *The Secret of Barista*. Jakarta: Wahyu Media.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat
- Sangadji, E.M, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset
- Soekresno. 2007. *Table Manners Etiket Jamuan Makan*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitaif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Umar, Husein. 2002. *Metodologi Penelitian. Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Uyanto, Stanislaus. S. 2009. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*.
Yogyakarta: Graha Ilmu

Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi 1. Cetakan
ke IV. Yogyakarta : Ekonisia, Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta

LAMPIRAN

LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan penyusunan skripsi sebagai syarat utama kelulusan Strata 1 di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, maka saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian saya mengenai **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK MINUMAN KOPI DI KLINIK KOPI YOGYAKARTA.”** Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan di bawah ini sebagai berikut

I. PROFIL RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

2. Usia tahun

3. Pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa PNS/Polri/TNI

Pegawai Swasta Lain-lainnya

4. Apakah anda penikmat minuman kopi?

Ya

Tidak

5. Sudah berapa kali Bapak/Ibu/Saudara mengunjungi Klinik Kopi Yogyakarta?

1 kali > 4 kali

2-3 kali

6. Tujuan anda mengunjungi Klinik Kopi Yogyakarta?

Menikmati minuman kopi

Keperluan bisnis

Berkumpul bersama teman

II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (√) pada salah satu alternatif jawaban yang anda anggap sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Kriteria jawaban sebagai berikut:

1 : Sangat Kurang/Tidak Bersih/Tidak sesuai/Tidak Beragam/Tidak Menarik

2 : Kurang/Kurang Bersih/Kurang Sesuai/Kurang Beragam/Kurang Menarik

3 : Baik/Bersih/Sesuai/Beragam/Menarik

4 : Sangat Baik/Sangat Bersih/Sangat Sesuai/Sangat Beragam/Sangat Menarik

III. ANGKET PENELITIAN

1. Kualitas Produk (X)

A. Performance (X1)

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Kebersihan minuman kopi saat disajikan				
2	Kebersihan peralatan yang digunakan barista				
3	Kebersihan barista saat membuat minuman				
4	Kebersihan lingkungan di sekitar Klinik Kopi				
5	Keberagaman varian minuman kopi yang ditawarkan di Klinik Kopi				

B. Features (X2)

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Daya tarik pada bahan tambahan / <i>condiment</i> di klinik kopi sangat menarik (contoh : soda, gula aren, <i>coffee jelly</i> , <i>flavour syrup</i>)				
2	Topping di klinik kopi sangat beragam (<i>whipping cream</i> , <i>ice cream</i> , <i>cookies</i>)				
3	Peralatan yang digunakan sangat beragam (gelas, <i>saucer/coster</i> , sedotan, sendok, <i>stirer</i>)				

C. Conformance To Specifications (X3)

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Kesesuaian mesin/peralatan pembuatan minuman kopi				
2	Kesesuaian peralatan penunjang (gelas, <i>saucer/coster</i> , sedotan, sendok, <i>stirer</i>)				
3	Kesesuaian porsi minuman kopi				

D. Aesthetics (X4)

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Rasa minuman kopi				
2	Aroma minuman kopi				
3	Temperatur minuman kopi				
4	Penampilan minuman kopi menarik				
5	Keberagaman <i>garnish/sidedish</i> (daun mint, <i>dried flower</i> , <i>dried fruit</i> , <i>fruit peel</i> , kayu manis, bubuk kopi)				

Kriteria jawaban sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju) : 4

S (Setuju) : 3

TS (Tidak Setuju) : 2

STS (Sangat Tidak Setuju) : 1

2. Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa senang, nyaman dan puas dengan produk yang ditawarkan di Klinik Kopi				
2	Saya membeli produk yang ditawarkan				
3	Ketepatan karyawan dalam menyajikan minuman kopi				
4	Kecepatan karyawan dalam menyajikan minuman kopi				
5	Saya akan datang dan membeli lagi minuman kopi di Klinik Kopi				
6	Saya akan merekomendasikan Klinik Kopi kepada rekan/saudara/orang lain				
7	Saya akan memilih Klinik Kopi Yogyakarta sebagai <i>coffee shop</i> dibandingkan <i>coffee shop</i> lainnya				

PEDOMAN WAWANCARA

Pewawancara : Vinny Arsanti

Narasumber : Owner Klinik Kopi (Firmansyah)

Tempat : Klinik Kopi Yogyakarta

Waktu : April 2022

Tujuan : Untuk mendapatkan informasi mengenai kualitas produk minuman kopi

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana awal berdirinya Klinik Kopi Yogyakarta?	
2.	Bagaimana pencapaian target penjualan di Klinik Kopi selama 6 bulan terakhir ini?	
3.	Bagaimana kualitas produk khususnya pada menu minuman kopi di Klinik Kopi?	
4.	Bagaimana kualitas pelayanan oleh karyawan di Klinik Kopi?	
5.	Apakah masih ada keluhan tamu mengenai kualitas produk minuman kopi yang ada di Klinik Kopi?	
6.	Bagaimana pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kopi?	

LAMPIRAN II

SURAT IZIN PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 977/Q.AMPTA/IV/2022
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

06 April 2022

Yth. Pimpinan Klinik Kopi Yogyakarta
Jalan Kaliurang KM. 7, Desa Ngabean Kulon, Kecamatan Ngaglik
Kabupaten Sleman, DIY

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Klinik Kopi Yogyakarta selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 11 April 2022 sampai dengan tanggal 10 Mei 2022, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Vinny Arsanti
No. Induk Mahasiswa : 518100885
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :

Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk Minuman Kopi di Klinik Kopi Yogyakarta. (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,


Ketua
Drs. Prhatno, M.M.

LAMPIRAN III
HASIL UJI DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Performance (X1)	100	7	20	15.87	1.931
Features (X2)	100	4	12	8.79	2.483
Conformance To Specifications (X3)	100	4	11	7.26	1.411
Aesthetics (X4)	100	10	20	16.60	3.008
Kepuasan Konsumen (Y)	100	15	27	22.49	4.001
Valid N (listwise)	100				

- A. Nilai rata – rata dari variabel *performance* adalah 15,87
- B. Nilai rata – rata dari variabel *features* adalah 8,79
- C. Nilai rata – rata dari variabel *conformance to spesification* adalah 7,26
- D. Nilai rata – rata dari variabel *aesthetics* adalah 16,60
- E. Nilai rata – rata dari variabel kepuasan konsumen adalah 22,49

LAMPIRAN IV
HASIL UJI VALIDITAS

A. Uji Validitas Variabel *Performance (X1)*

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Performance (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.630**	.717**	,211	,083	.687**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,264	,663	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.630**	1	.550**	,290	,191	.682**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,120	,312	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.717**	.550**	1	.458*	,248	.792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,011	,186	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,211	,290	.458*	1	.867**	.805**
	Sig. (2-tailed)	,264	,120	,011		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,083	,191	,248	.867**	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	,663	,312	,186	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Performance (X1)	Pearson Correlation	.687**	.682**	.792**	.805**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

B. Uji Validitas Variabel *Features (X2)*

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Features (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.738**	.551**	.891**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.738**	1	.595**	.895**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.551**	.595**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	,002	,001		,000
	N	30	30	30	30
Features (X2)	Pearson Correlation	.891**	.895**	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

C. Uji Validitas Variabel *Conformance To Specifications* (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Conformance To Specifications (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.498**	.545**	.834**
	Sig. (2-tailed)		,005	,002	,000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.498**	1	.465**	.807**
	Sig. (2-tailed)	,005		,010	,000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.545**	.465**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	,002	,010		,000
	N	30	30	30	30
Conformance To Specifications (X3)	Pearson Correlation	.834**	.807**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

D. Uji Validitas Variabel *Aesthetics* (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Aesthetics (X4)
X4.1	Pearson Correlation	1	.594**	.414*	.623**	.458*	.741**
	Sig. (2-tailed)		,001	,023	,000	,011	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.594**	1	.709**	.568**	.533**	.811**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,001	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.414*	.709**	1	.718**	.765**	.868**
	Sig. (2-tailed)	,023	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.623**	.568**	.718**	1	.751**	.888**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	.458*	.533**	.765**	.751**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	,011	,002	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Aesthetics (X4)	Pearson Correlation	.741**	.811**	.868**	.888**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

E. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Kepuasan Konsumen (Y)
Y1	Pearson Correlation	1	.492**	.507**	.638**	.442*	.536**	.470**	.739**
	Sig. (2-tailed)		,006	,004	,000	,014	,002	,009	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.492**	1	.492**	.618**	.339	.618**	.695**	.820**
	Sig. (2-tailed)	,006		,006	,000	,067	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.507**	.492**	1	.721**	.442*	.536**	.546**	.767**
	Sig. (2-tailed)	,004	,006		,000	,014	,002	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.638**	.618**	.721**	1	.472**	.577**	.514**	.828**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,008	,001	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.442*	.339	.442*	.472**	1	.464**	.485**	.653**
	Sig. (2-tailed)	,014	,067	,014	,008		,010	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.536**	.618**	.536**	.577**	.464**	1	.654**	.803**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,002	,001	,010		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.470**	.695**	.546**	.514**	.485**	.654**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,002	,004	,007	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.739**	.820**	.767**	.828**	.653**	.803**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN V

HASIL UJI KELAYAKAN VARIABEL

A. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17986918
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.061
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		1.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.208

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

B. UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.366	1.928		.708	.480		
Performance (X1)	.283	.139	.137	2.036	.045	.695	1.440
Features (X2)	.660	.114	.410	5.785	.000	.623	1.605
1 Conformance To Spesifications (X3)	.452	.187	.159	2.412	.018	.715	1.398
Aesthetics (X4)	.455	.109	.342	4.159	.000	.462	2.166

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

LAMPIRAN VI

t TABEL

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN VII
F TABEL

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

LAMPIRAN VIII
LEMBAR BIMBINGAN

LEMBAR PEMBINGUNGAN



NAMA MAHASISWA :
NO. MAHASISWA :
JUDUL PENELITIAN :

Vinny Arsanti
510100885
Pengaruh Latte Art Dalam Penyajian Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Beberapa Cafe di Yogyakarta

NAMA PEMBIMBING I : Drs. Santosa, M.M

NAMA PEMBIMBING II : Fran Damardino, SIP, M.Sc

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.	24/2/2022	Penyusunan Proposal	✓
		Latte Art	✓
	27/2/2022	Memahami	✓
		gugun: Lintasan	✓
		Sejarah Caffe	✓
2.	28/2/2022	Memahami	✓
		Penelitian / Peng	✓
		Siapkan Aghet	✓
		Kuesione	✓
		Untuk membuat	✓
		Aglet Lubat	✓
		Aglet operasional	✓
		* Workshop / Lahan	✓

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.	23/2 2022	Penggantian Judul menjadi "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Rasa Minuman Kopi Yang ada di beberapa cafe di Yogyakarta. (Studi Kasus Space coffee & Poutery, Hlink kopi, dan Grams Coffee Lab)	✓
2.	14/3 2022	Membuat tabel operasional variabel dan indikator	✓
		Membuat penjelasan dasar	✓
		memilih studi kasus	✓
		secara metodologi	✓
		buat angket/kuesioner	✓

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : Vinny Arisanti
 NO. MAHASISWA : 518100885
 JUDUL PENELITIAN : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi di Bunk Kopi Yogyakarta

NAMA PEMBIMBING I : Drs. Santosa, MM

NAMA PEMBIMBING II : Fior Damardino, SIP, M. Sc

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	20/3	20/3 20/3 bimbingan awal, analisis data	
		keputusan yg. di Mauya. 20/3 Kulcha	
	20/3	20/3 20/3 protokol yg. menggunakan 5 form. maka lebih banyak lebih lengkap	
		sentralisasi 12/5	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
3.	30/3 2022	usia dibuat terbuka khusus mengenai populasi diubah	
		kuisioner skala likert dibuat sesuai pertanyaan	
4.	14/9/22	Cek panduan hasil data	
		- Tambah hasil uji.	
5	18/9/22	Cek abstrak - Hasil uji - Analisa tabel/jark	

LAMPIRAN IX

DOKUMENTASI PENELITIAN



Penulis membantu responden mengisi kuesioner penelitian



Pemberian souvenir kepada responden



Souvenir untuk responden yang telah membantu mengisi kuesioner penelitian



Plakat untuk Klinik Kopi sebagai bentuk terimakasih dari peneliti



Area parkir untuk motor



Area outdoor Klinik Kopi



Mesin roasting biji kopi



Mesin Grinder biji kopi