



## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai analisis dan pembahasan yang diawali dengan gambaran secara umum obyek penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan program SPSS dan melakukan penyajian proses analisis data statistik untuk melakukan pembuatan kesimpulan bagi pengujian hipotesis yang diajukan.

Selanjutnya, dalam bab ini akan membahas hasil penelitian yang diperoleh. Di dalam pembahasan penelitian merupakan rangkuman hasil analisis yang disajikan secara ringkas, padat dan jelas.

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Profil Perusahaan

Chatime didirikan di Taiwan pada Tahun 2003, perusahaan tea yang bertujuan untuk menjadi yang paling dicintai dan dihormati di dunia. Untuk mencapai tujuan perusahaan Chatime berkomitmen untuk melayani konsumen, pelanggan, dengan tea berkualitas tinggi secara konsisten dan layanan pelanggan yang luar biasa di toko modern. Perusahaan ini menggunakan mesin tea dan kopi yang berkualitas tinggi (dengan teknologi canggih) untuk membuat secara konsisten tea segar (Chatime, 2016).

Chatime merupakan franchise internasional dengan lebih 1000 outlet di seluruh dunia termasuk Amerika Serikat, Australia, Hongkong, Cina, Filipina, Macau, Korea dan sekarang di Indonesia. Setiap harinya Chatime melayani 400.000 pelanggan (Chatime, 2016). Chatime menjual minuman yang umumnya berbahan dasar teh. Teh tersebut dikombinasikan dengan beragam topping seperti mutiara yang terbuat dari tapioka, pudding, jeli, dan lain-lain. Di Indonesia, Chatime



dioperasikan oleh grup Kawan Lama Sejahtera dengan nama PT Food Beverage Indonesia.

Gambar 4.1

### Gerai Chatime Mall of Indonesia



Sumber : zomato.com

Di Indonesia, gerai-gerai minuman Chatime sudah tersebar seluruh bagian di kota-kota Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan lain-lain. Di Jakarta Utara, gerai-gerai minuman Chatime ada di berbagai mall yang tersebar di Jakarta Utara seperti Mall of Indonesia, Mall Artha Gading, Mall Kelapa Gading, dan lain-lain.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 4.2

Daftar Menu Minuman Chatime

The menu is organized into several categories:

- Oriental Pop Tea:** Japanese Sakura Sencha, Anxi Tie Guan Yin Tea, Green Tea Latte, Tie Guan Yin Tea Latte, Matcha Tea Latte, Black Tea Latte.
- Coffee:** Americano, House Blended Coffee, Latte, Cappuccino, Mochaccino, Vanilla Latte, Hazelnut Latte, Caramel Latte.
- Smoothies Series:** Mango Smoothie, Passion Fruit Smoothie, Strawberry Smoothie, Peach Smoothie, Strawberry Yoghurt Smoothie, Lemon Yoghurt Smoothie, Matcha Red Bean Smoothie, Espresso Smoothie.
- Energytic Healthy Juice:** Hawaii Fruit Tea, Yoghurt Lemon Juice, Superior Pure Cocoa, Honey Lemon Aloe.
- Fresh Tea:** Oolong Tea, Chatime Roasted Tea, Jasmine Green Tea, Black Tea, Brown Rice Green Tea.
- Other categories include:** Chatime Special Mix, Yoghurt Green Tea, QQ Jelly, Mousse, Mellow Milk Tea, and Japanese Genkai Cha.

At the bottom of the menu, there is a 'CUSTOMIZE YOUR DRINKS' section with 5 steps: 1. Size (T, M, L), 2. Size (Small, Large), 3. Topping, 4. Ice (Hot, Cold), 5. Sugar (None, Light, Normal, Full).

Sumber : arduzat.org

Chatime menyediakan berbagai variasi rasa untuk pelanggan Chatime sehingga pelanggan tidak bosan dan dapat memilih berbagai rasa dan topping. Dari daftar menu di atas, dapat dilihat bahwa minuman milk tea memiliki lebih banyak rasa dibandingkan dengan yang lain. Selain itu, Chatime juga menyediakan ukuran gelas, banyaknya es dan banyaknya gula untuk dikonsumsi oleh pelanggan Chatime.

Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari Chatime adalah sebagai berikut:

a) Visi

Menjadi *franchise* yang paling diminati dengan servis yang cepat dan *hand- made desserts*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b) Misi

Ⓒ Membangun kerajaan minuman dan membawa kebahagiaan untuk semua orang.

### 3. Logo Perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Gambar 4.3

Logo Perusahaan Chatime



Sumber : id.indeed.com

Logo Chatime memiliki gambar yang mudah diingat dikarenakan design gambar yang simple.



## B. Analisis Deskriptif

### 1. Uji Kualitas Data

Sebelum melakukan penyebaran kuisisioner, penulis melakukan proses penyebaran pra kuisisioner yang dimana proses pengisian pra kuisisioner membutuhkan 30 responden. Setelah melakukan proses penyebaran pra kuisisioner, penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas. Jika hasil uji data yang dilakukan valid dan realibel maka penulis melanjutkan proses penyebaran kuisisioner yang dimana proses pengisian kuisisioner membutuhkan 100 responden.

#### a. Uji Validitas Pra Kuisisioner

Penelitian ini menggunakan uji validitas data dengan menggunakan asumsi  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sebagai syarat agar suatu pernyataan valid. Dari hasil uji validitas yang dilakukan, diketahui bahwa semua pernyataan adalah valid dikarenakan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.

**Tabel 4.1**

#### Uji Validitas Pra Kuisisioner

Variabel	Pernyataan	Hasil Uji	R Tabel	Keterangan
Atribut Produk	1	0,592	0,361	Valid
	2	0,647	0,361	Valid
	3	0,540	0,361	Valid
	4	0,518	0,361	Valid
	5	0,559	0,361	Valid
	6	0,608	0,361	Valid
	1	0,374	0,361	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kualitas Layanan	2	0,714	0,361	Valid
	3	0,685	0,361	Valid
	4	0,658	0,361	Valid
	5	0,757	0,361	Valid
	6	0,533	0,361	Valid
	7	0,700	0,361	Valid
	8	0,448	0,361	Valid
	9	0,392	0,361	Valid
	10	0,439	0,361	Valid
	11	0,551	0,361	Valid
	12	0,378	0,361	Valid
	13	0,698	0,361	Valid
	14	0,654	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan	1	0,650	0,361	Valid
	2	0,735	0,361	Valid
	3	0,544	0,361	Valid
	4	0,633	0,361	Valid
	5	0,608	0,361	Valid

**Sumber : Data SPSS**

Berdasarkan tabel 4.1 mengenai hasil uji validitas untuk variabel atribut produk, variabel kualitas layanan, dan variabel kepuasan pelanggan didapatkan hasil semua variabel  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu 0,361 maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan variabel atribut produk, variabel kualitas layanan, dan variabel kepuasan pelanggan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.



## b. Uji Reliabilitas Pra Kuisiонер

Di dalam penelitian ini juga menggunakan uji reliabilitas, suatu pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) > 0,70 (Ghozali, 2016:48). Semua pernyataan dalam kuisiонер yang disebarkan kepada responden adalah reliabel karena memiliki Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) > 0,70.

**Tabel 4.2**

**Uji Reliabilitas Pra Kuisiонер**

Variabel	Nilai Uji	Keterangan
Atribut Produk	0,933	Reliabel
Kualitas Layanan	0,933	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,933	Reliabel

**Sumber : Data SPSS**

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji realibilitas untuk variabel atribut produk, variabel kualitas layanan, dan variabel kepuasan pelanggan > 0,70 maka dapat disimpulkan variabel atribut produk, variabel kualitas layanan, dan variabel kepuasan pelanggan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

## 2 Analisis Profile Responden

Dari jumlah kuisiонер yang telah disebarkan sebanyak 155 responden.

Berikut ini adalah pengolahan data hasil kuisiонер dari 155 responden tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### a. Jenis Kelamin

Tabel 4.3

#### Analisis Profile Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Presentase
Laki - laki	66,4 %
Perempuan	33,6 %
<b>Total</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.3, dapat disimpulkan hasil bahwa presentase responden laki-laki lebih besar dibandingkan dengan perempuan. Presentase laki-laki sebesar 66,4% sedangkan presentase perempuan sebesar 33,6%.

### b. Umur

Tabel 4.4

#### Analisis Profile Responden Berdasarkan Umur

Keterangan	Presentase
15-20 tahun	33,3 %
21-25 tahun	66,7 %
➤ 25 tahun	-
<b>Total</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa presentase terbesar adalah responden dengan usia 21-25 tahun dan presentase terkecil adalah responden dengan usia > 25 tahun.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





3. Rata – rata ( Mean)

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Atribut Produk

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
Kualitas minuman yang ditawarkan oleh Chatime memiliki kualitas yang baik.	-	1	12	50	37	4,23
Bahan-bahan baku untuk minuman Chatime dapat dipercaya.	-	3	18	52	27	4,03
Minuman Chatime memiliki rasa yang unik.	-	2	17	47	34	4,13
Minuman Chatime memiliki lebih banyak pilihan rasa dibandingkan merk pesaing.	-	2	18	50	30	4,08
Desain gelas tempat minuman Chatime menarik.	1	6	27	38	28	3,86
Desain gambar yang melekat pada gelas minuman Chatime menarik.	-	5	25	42	28	3,93
<b>Rata - rata</b>						4,04

Sumber : Data SPSS

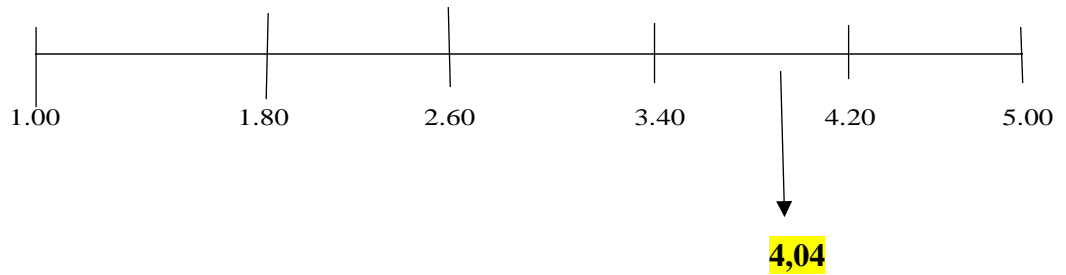
Berdasarkan tabel 4.5, rata-rata tanggapan responden mengenai atribut produk adalah 4,04 yang artinya responden setuju dengan variabel atribut produk yang diberikan oleh Chatime. Selain itu, pada tabel 4.1 indikator desain gelas tempat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

minuman Chatime menarik memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan indikator lainnya yaitu sebesar 3,86.

**Gambar 4.4**

**Skor Rata-Rata Variabel Atribut Produk**



**Tabel 4.6**

**Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan**

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Rata - rata
Karyawan Chatime memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan.	-	1	17	48	34	4,15
Karyawan Chatime siap untuk merespon permintaan pelanggan.	-	2	20	44	34	4,10
Karyawan Chatime memberikan pelayanan kepada konsumen sesuai dengan yang dijanjikan.	-	3	17	49	31	4,08
Karyawan Chatime memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	-	4	14	51	31	4,09

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Karyawan Chatime mempertahankan pelayanan yang baik kepada konsumen dari waktu ke waktu.	-	4	12	50	34	4,14
Karyawan Chatime mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan.	2	3	23	40	32	3,97
Karyawan Chatime memberikan rasa aman kepada pelanggan saat melakukan transaksi pembayaran.	-	2	14	57	27	4,09
Karyawan Chatime selalu sopan kepada pelanggan.	-	3	17	49	32	4,13
Peralatan yang digunakan oleh Chatime dalam proses pembuatan minuman modern.	-	5	14	48	33	4,09
Karyawan Chatime memiliki penampilan rapi dan profesional.	2	3	24	40	31	3,45
Peralatan yang digunakan oleh karyawan Chatime saat melayani pelanggan terlihat menarik.	-	2	14	56	28	4,10
Karyawan Chatime memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan.	-	2	16	48	34	4,14
Karyawan Chatime peduli kepada kebutuhan pelanggan.	-	1	13	50	36	4,21

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



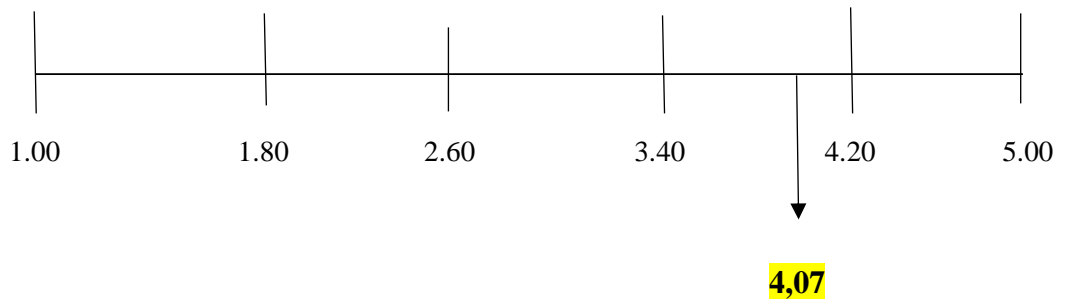
Karyawan Chatime selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	-	1	12	48	39	4,25
<b>Rata - rata</b>						4,07

Sumber : Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.6, rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas layanan adalah 4,07 yang artinya responden setuju dengan variabel kualitas layanan yang diberikan oleh Chatime. Selain itu, pada tabel 4.2 indikator karyawan Chatime memiliki penampilan rapi dan profesional memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan indikator lainnya yaitu sebesar 3,45.

Gambar 4.5

Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan



Tabel 4.7

Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Rata - rata
Pelanggan akan tetap setia membeli minuman Chatime.	1	4	22	42	31	3,98

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



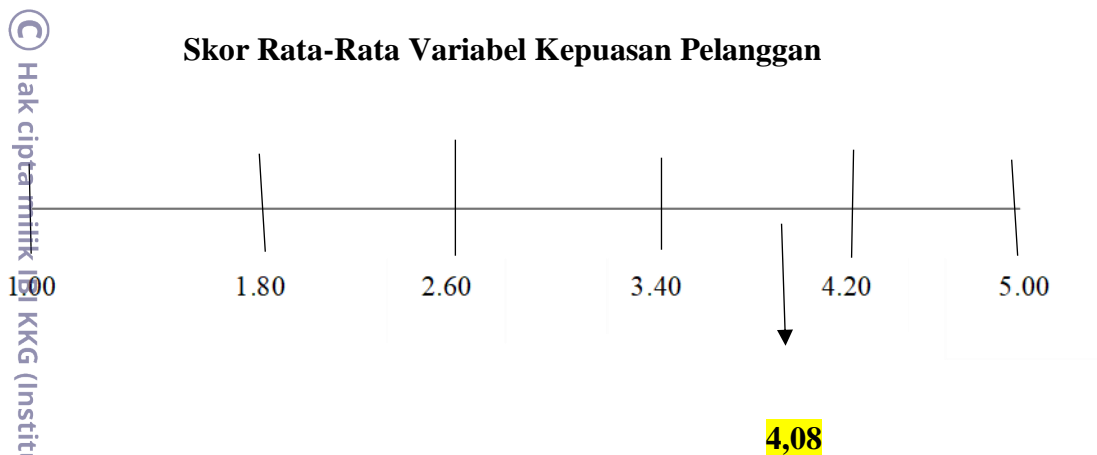
Pelanggan akan melakukan pembelian ulang minuman Chatime.	-	3	13	47	37	4,24
Pelanggan akan mencoba rasa baru minuman Chatime.	-	4	23	40	33	4,10
Pelanggan akan merekomendasikan minuman Chatime kepada teman-teman / keluarga.	-	4	16	43	37	4,21
Pelanggan lebih memperhatikan merk Chatime dibandingkan merk pesaing.	3	3	31	36	27	3,87
<b>Rata – rata</b>						4,08

**Sumber : Data SPSS**

Berdasarkan tabel 4.7, rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan adalah 4,08 yang artinya responden setuju dengan variabel kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Chatime. Selain itu, pada tabel 4.3 indikator pelanggan lebih memperhatikan merk Chatime dibandingkan merk pesaing memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan indikator lainnya yaitu sebesar 3,87.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 4.6



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah residual berdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan suatu uji Kolmogorov Smirnov (Ghozali, 2016:158). Yang harus dilakukan adalah melihat nilai Asymp Sig ( 2 tailed ). Yang terdapat pada tabel output One Sample Kolmogorov Smirno Test, lalu membandingkannya dengan tingkat kesalahan ( $\alpha = 5\%$ ) (Ghozali,2016:31) :

1. Asymp Sig ( 2 tailed )  $> \alpha$  maka data terdistribusi secara normal.
2. Asymp Sig ( 2 tailed )  $< \alpha$  maka data data tidak terdistribusi normal.

Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa,data telah distribusi secara normal, dikarenakan telah memenuhi syarat suatu data yang berdistribusi normal, yaitu dengan memiliki nilai Asymp Sig ( 2 tailed ) sebesar 0,258.





## b. Uji Multikolonieritas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang di dalamnya tidak ada korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2016: 103). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya suatu multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF).

1. Jika nilai Tolerance  $\leq 0,10$  dan VIF  $\geq 10$ , maka menunjukkan adanya multikolonieritas.
2. Jika nilai Tolerance  $\geq 0,10$  dan nilai VIF  $\leq 10$ , maka tidak terjadi multikolonieritas.

Data dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas, dikarenakan hasil pengujian nilai Tolerance  $0,862 \geq 0,10$  dan VIF  $1,159 \leq 10$  sehingga tidak mengalami multikolonieritas.

## c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam uji ini dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat, yaitu antara SRESID dengan ZPRED dimana sumbu y adalah yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual ( $y$  prediksi =  $y$  sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dasar analisis yang digunakan adalah (Ghozali 2016: 134):

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar

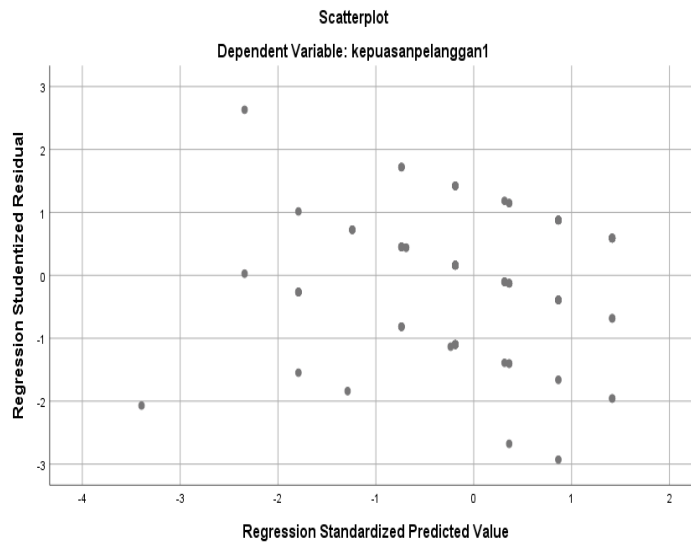


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.7**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dikarenakan pola yang tersebar menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y.

## 5. Analisis Regresi Berganda

### a. Uji F

Menurut (Ghozali, 2016: 96) pada uji F menguji joint hipotesis bahwa  $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  secara simultan sama dengan nol, atau :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$$



$$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \dots = \beta_k = 0$$

**Tabel 4.8**

**Uji F**

Keterangan	Sig
Pengujian F	0,000

**Sumber : Data SPSS**

Dari hasil pengujian yang telah dilaksanakan ditemukan nilai sig < nilai  $\alpha$  ( $\alpha = 5\%$ ), maka tolak  $H_0$  yang berarti signifikan.

**b. Uji t**

Uji statistik t pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016: 97). Kriteria uji t adalah jika sig < 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang berarti signifikan, sedangkan jika sig > 0,05 maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak signifikan.

**Tabel 4.9**

**Uji t**

Keterangan	Koefisien	Sig
Atribut Produk	0,535	0,026
Kualitas Layanan	0,123	0,001
Kepuasan pelanggan	0,104	0,031

**Sumber : Data SPSS**

Dari hasil pengujian yang dilakukan baik variabel atribut produk, variabel kualitas layanan maupun variabel kepuasan pelanggan memenuhi kriteria uji t adalah jika sig < 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang berarti ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali,2016:95). Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Apabila nilai R<sup>2</sup> semakin kecil, artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

**Tabel 4.10**

#### Uji Koefisien Determinasi

Keterangan	R Square
Koefisien Berganda	0,216

**Sumber : Data SPSS**

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,216. Hal ini berarti variabilitas variabel dependen (terikat) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen hanya sebesar 21,6%. Sedangkan, sisanya yaitu 78,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dipergunakan penulis dalam penelitian ini.

### C. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uraian data yang telah dianalisis sebelumnya maka dapat diperoleh hasil-hasil data sebagai berikut :

#### 1. Analisis atribut produk

Atribut produk yang dilakukan oleh pihak Chatime sudah baik dengan butir pernyataan sehingga bisa memenuhi atribut produk Chatime terhadap pelanggan.



## 2. Analisis kualitas layanan

Kualitas layanan yang dilakukan oleh pihak Chatime sudah baik dengan butir pernyataan sehingga dapat memenuhi kualitas layanan Chatime terhadap pelanggan.

## 3. Analisis kepuasan pelanggan

Pelanggan sudah puas terhadap atribut produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh Chatime sehingga pelanggan menjadi loyal dan melakukan pembelian ulang minuman Chatime.

### C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### D. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2017 : 272), product atribut adalah pengembangan suatu produk / jasa melibatkan manfaat yang ditawarkan produk / jasa tersebut. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk setelah kualitas, fitur serta gaya dan desain. Jika kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan desain produk yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap pelanggan baik maka pelanggan akan mencapai kepuasan.

#### 2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pelanggan”. Jika kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap

pelanggan baik maka pelanggan akan mencapai kepuasan.

### 3. Analisis Deskriptif Variabel Atribut Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada atribut produk terdapat indikator desain gelas tempat minuman Chatime menarik memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan indikator lain. Hal ini menunjukkan bahwa desain gelas tempat minuman Chatime masih kurang menarik.

### 4. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kualitas layanan terdapat indikator karyawan Chatime memiliki penampilan rapi dan profesional memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan indikator lain. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Chatime masih harus memperhatikan penampilannya.

### 5. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kualitas layanan terdapat indikator pelanggan lebih memperhatikan merk Chatime dibandingkan merk pesaing memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan indikator lain. Hal ini menunjukkan bahwa Chatime masih harus bersaing dengan merk lain agar pelanggan lebih memperhatikan merk Chatime dibandingkan merk pesaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.