

Turnitin Checking Service by Nabila

Skripsi Rev Final

 No Repository 044

Document Details

Submission ID**trn:oid:::2945:335443788****Submission Date****Dec 8, 2025, 12:43 PM GMT+7****Download Date****Dec 8, 2025, 12:50 PM GMT+7****File Name****Skripsi Rev Final .pdf****File Size****1.6 MB****142 Pages****22,416 Words****119,695 Characters**

26% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 20%  Internet sources
 - 18%  Publications
 - 23%  Submitted works (Student Papers)
-

Top Sources

- 20% Internet sources
- 18% Publications
- 23% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	repository.uinsaizu.ac.id	2%
2	Internet	eprints.walisongo.ac.id	1%
3	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-07	<1%
4	Internet	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
5	Internet	repository.iainpalopo.ac.id	<1%
6	Student papers	Houston Community College on 2022-03-12	<1%
7	Internet	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
8	Internet	repository.unmuhpnk.ac.id	<1%
9	Internet	repositori.usu.ac.id	<1%
10	Student papers	Universitas Sains Alquran on 2024-07-19	<1%
11	Internet	ecampus.pelitabangsa.ac.id	<1%

12	Publication	Pratiwi, Bianda Sekar. "Pengaruh Intellectual Capability , Budaya Perusahaan Da...	<1%
13	Student papers	Rose-Hulman Institute of Technology on 2025-08-26	<1%
14	Student papers	Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong on 2025-11-25	<1%
15	Internet	eprints.unpam.ac.id	<1%
16	Student papers	Korea International School on 2025-11-11	<1%
17	Student papers	Sriwijaya University on 2022-07-11	<1%
18	Publication	Vivi Alayda Zoelfa, Isyana Emita. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi te...	<1%
19	Student papers	Universitas Nasional on 2022-02-01	<1%
20	Student papers	Universitas Nasional on 2022-08-15	<1%
21	Internet	repository.uin-suska.ac.id	<1%
22	Student papers	Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus on 2021-06-05	<1%
23	Student papers	Universitas Pertamina on 2025-07-21	<1%
24	Student papers	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	<1%
25	Internet	eprints.unsri.ac.id	<1%

26	Student papers	Universitas Muhammadiyah Buton on 2025-11-19	<1%
27	Student papers	UIN KH. Achmad Siddiq Jember on 2025-12-01	<1%
28	Publication	Iin Nuryani, Ahmad Mulyadi Kosim, Yono Yono. "Analisis Faktor Faktor yang Mem...	<1%
29	Student papers	Universitas Muhammadiyah Buton on 2025-11-18	<1%
30	Internet	eprints.iain-surakarta.ac.id	<1%
31	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-06-29	<1%
32	Student papers	Universitas Putera Batam on 2023-08-01	<1%
33	Publication	Muhammad Syahrul Nizam, Meyzi Heriyanto. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Har...	<1%
34	Publication	Pratiwi Pribadi Putri, Emron Edison. "Pengaruh Travel Motivation dan Perceived V...	<1%
35	Internet	eskripsi.usm.ac.id	<1%
36	Student papers	Universitas Nasional on 2021-02-23	<1%
37	Student papers	Universitas Nasional on 2023-08-11	<1%
38	Student papers	Universitas Putera Batam on 2025-01-31	<1%
39	Internet	repository.pelitabangsa.ac.id:8080	<1%

40	Internet	eprints.binadarma.ac.id	<1%
41	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
42	Student papers	Universitas Putera Batam on 2025-07-28	<1%
43	Internet	repository.uinjkt.ac.id	<1%
44	Internet	repository.unmul.ac.id	<1%
45	Student papers	Jayabaya University on 2020-01-07	<1%
46	Publication	Refiza Gita Duana, Gurawan Dayona Ismail. "Pengaruh Pengembangan Karir, Lin...	<1%
47	Student papers	STIE Mahardhika on 2025-08-11	<1%
48	Publication	"PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN ETOS KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA PEGAW...	<1%
49	Publication	Alfandi Zebua, Yupiter Mendrofa, Idarni Harefa, Aferiaman Telaumbanua. "Penga...	<1%
50	Internet	pascasarjanafe.untan.ac.id	<1%
51	Student papers	stie-pembangunan on 2023-11-09	<1%
52	Student papers	Universitas Putera Batam on 2018-11-27	<1%
53	Student papers	STIE Mahardhika on 2025-07-25	<1%

54	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2025-10-30	<1%
55	Internet	repo.stie-pembangunan.ac.id	<1%
56	Publication	Fendy Maradita, Mega Susilawati. "Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, dan Pe...	<1%
57	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
58	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
59	Internet	dspace.uir.ac.id	<1%
60	Internet	openjournal.unpam.ac.id	<1%
61	Publication	Marcela Deryl Mentu. "PENGARUH KEBERSIHAN, TAMPILAN PRODUK, DAN FASILITASI...	<1%
62	Student papers	Universitas Nasional on 2022-02-07	<1%
63	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
64	Publication	Aulia Kasmawati Suaib, Zainal Ruma, Nurul fadilah Aswar, Chalid imran Musa, Ilh...	<1%
65	Internet	eprints.ahmaddahlan.ac.id	<1%
66	Publication	Noval Prabowo, Febsri Susanti. "ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASA...	<1%
67	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-07	<1%

68	Internet	wurips.staff.gunadarma.ac.id	<1%
69	Internet	repositori.umsu.ac.id	<1%
70	Internet	repository.nusaputra.ac.id	<1%
71	Student papers	Clayton College & State University on 2021-07-19	<1%
72	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-10-18	<1%
73	Publication	Antonius Sahati, Mochamad Mukti Ali, Fanji Wijaya Fanji, Farha Salsabila. "Pengar...	<1%
74	Publication	Goodwill Desember 2013. "Goodwill Vo. 4 No. 2 Desember 2013", JURNAL RISET AK...	<1%
75	Student papers	Universitas Diponegoro on 2023-02-01	<1%
76	Internet	repository.radenintan.ac.id	<1%
77	Student papers	Universitas Diponegoro on 2024-06-11	<1%
78	Student papers	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	<1%
79	Student papers	Universitas Sains Alquran on 2024-07-22	<1%
80	Internet	lib.ibs.ac.id	<1%
81	Student papers	Universitas Sains Alquran on 2024-07-19	<1%

82	Publication	Ardiansyah, Rendy. "Efek Pembagian Insentif Marketplace Cryptocurrency Denga...	<1%
83	Publication	Hendrikus Yowanto Gana. "Peran Fasilitas dan Petugas Pelayanan dalam Mening...	<1%
84	Publication	Sukiyono, Agus. "Pengaruh Budaya Kerja, Motivasi Kerja dan Tunjangan Kinerja T...	<1%
85	Internet	repositori.stiamak.ac.id	<1%
86	Student papers	Universitas Riau on 2025-11-14	<1%
87	Student papers	UIN Raden Intan Lampung on 2025-10-20	<1%
88	Publication	Wendy Rosalinda Adipradana, Eddy Swasono, Ratna Dewi Mulyaningtyas. "Analisi...	<1%
89	Publication	Badri Munir Sukoco, Rahmat Heru Setianto, Nidya Ayu Arina, Ade Gafar Abdullah,...	<1%
90	Publication	Prana Ugiana Gio, elly rosmaini. "Belajar Olah Data dengan SPSS, MINITAB, R, MI...	<1%
91	Publication	Samroji, Odjie. "Peningkatan Penerimaan Santri Baru Berbasis Digital Marketing ...	<1%
92	Student papers	Universitas Putera Batam on 2020-12-04	<1%
93	Student papers	Universitas Nasional on 2021-02-23	<1%
94	Student papers	Universitas Sains Alquran on 2024-07-19	<1%
95	Internet	repository-feb.unpak.ac.id	<1%

96	Publication	Mohamad Sabil Abdillah, Rama Chandra Jaya. "Pengaruh Brand Image, Harga da...	<1%
97	Student papers	Universitas Diponegoro on 2017-07-19	<1%
98	Student papers	Universitas Pendidikan Ganesha on 2024-03-25	<1%
99	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
100	Publication	Winston - Pontoh. "Goodwill No. 1 Vol. 4 Juni 2013", JURNAL RISET AKUNTANSI DA...	<1%
101	Internet	e-journal.uajy.ac.id	<1%
102	Publication	ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER D...	<1%
103	Publication	Asroful Anam, Rafiqi ., Ary Dean Amry. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi ...	<1%
104	Student papers	Konsorsium PTS Batch 5 on 2025-12-02	<1%
105	Publication	Laila Apriani, Hikmatul Hidayati, Hadratullah Hadratullah. "Pengaruh Kemudaha...	<1%
106	Publication	Pradita, Amalia Ayu. "Kebijakan Pengembangan Karir Sebagai Upaya Peningkata...	<1%
107	Internet	repository.stieipwija.ac.id	<1%
108	Publication	Hurriyati Ratih, Tjahjono Benny, GafarAbdullah Ade, Sulastri, Lisnawati. "Advance...	<1%
109	Publication	Maila D.H. Rahiem. "Towards Resilient Societies: The Synergy of Religion, Educati...	<1%

110	Student papers	Universitas Putera Batam on 2018-11-29	<1%
111	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
112	Student papers	Universitas Tadulako on 2025-03-06	<1%
113	Internet	repository.radenfatah.ac.id	<1%
114	Student papers	Universitas Putera Batam on 2020-12-04	<1%
115	Internet	repositori.utu.ac.id	<1%
116	Publication	Dewi Nur Aini, Putri Yunita, Uswatun Chasanah, Nindya Kartika Kusmayati, Laily ...	<1%
117	Publication	Efrita Norman, Zul Hiskandar, Evinovita Evinovita. "Kepuasan Pelanggan Dalam B...	<1%
118	Publication	Wahyudi, Eko. "Strategy of Creating Competitive Advantage Through Product Inn...	<1%
119	Publication	Yuliyanti, Eka. "Peningkatan Firm Value Melalui Corporate Social Responsibility d...	<1%
120	Publication	Banu, Syahar. "Rekonstruksi Regulasi Bpjs Atas Tarif Pada Tipe-Tipe Rumah Sakit ...	<1%
121	Publication	Fitri Rahmadhani, Walter Tabelessy, Anggrany Chaniago. "PENGARUH ATMOSFER ...	<1%
122	Publication	Hakim, Akmal. "Kemampuan Inovasi dan Kinerja Personil Polisi Melalui Perilaku ...	<1%
123	Student papers	LPPM on 2025-08-19	<1%

124	Publication	Mireya Firanda, Ni Made Ida Pratiwi, Diana Juni Mulyati. "Pengaruh Excellent Serv...	<1%
125	Publication	Nadlif, Muhammad Naufal. "Model Penurunan Niat Pindah Kerja Berbasis Beban ...	<1%
126	Student papers	Udayana University on 2022-06-29	<1%
127	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-01-24	<1%
128	Publication	Kusumawati, Aldhiana. "Kontribusi Kepemimpinan Transformasional dan Pember...	<1%
129	Publication	Robiatul Adawiyah, Efrita Norman. "PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAA...	<1%
130	Publication	Siswogo, Siswogo. "Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi, dan Kinerja Guru Terh...	<1%
131	Publication	Ulfa, Adilla Kustya. "Model Peningkatan Kinerja Sumber Daya Manusia Melalui Eti...	<1%
132	Student papers	Universitas Diponegoro on 2017-09-06	<1%
133	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
134	Internet	core.ac.uk	<1%
135	Publication	Arista, Syakir Al Khususna. "Hubungan QWL (Quality Work-Life) Terhadap Feeling of...	<1%
136	Publication	Bahaa'uddin, Elfreda Aplonia Lau, Umi Kulsum. "PENGARUH LAYANAN PELENGKA...	<1%
137	Publication	Jelianti Situmorang, Siti Alhamra Salqaura. "Pengaruh gaya hidup berbelanja, ket...	<1%

138	Student papers	Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus on 2021-07-01	<1%
139	Student papers	LPPM on 2025-07-24	<1%
140	Publication	Mochammad Muhandis Suddin, Indra Dwi Febryanto. "Pengaruh Kualitas Layana...	<1%
141	Publication	Ni Nyoman Triningsih, Gusti Alit Suputra, Made Dian Putri Agustina. "Pengaruh K...	<1%
142	Publication	Nurhadi Nurhadi, Fitria Fitria. "Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Spiritual ter...	<1%
143	Publication	Rahayu Setianingsih, Mutiara Nurul Tazqia. "PENGARUH DISIPLIN KERJA, MOTIVA...	<1%
144	Publication	Siti Solikha, Imam Suprpta. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TER...	<1%
145	Student papers	Universitas Diponegoro on 2017-05-08	<1%
146	Student papers	Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang on 2024-09-18	<1%
147	Student papers	Universitas Jambi on 2021-02-05	<1%
148	Student papers	Universitas Putera Batam on 2018-12-05	<1%
149	Publication	Anwar, Ahmad Luthfi Mubarakul. "Peningkatan Islamic Branding dan Brand Ima...	<1%
150	Student papers	Canada College on 2022-07-23	<1%
151	Publication	Indriyani, Titek Pudji. "Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk dan Persepsi Harga ...	<1%

152	Student papers	Universitas Putera Batam on 2020-12-02	<1%
153	Student papers	Universitas Putera Batam on 2021-01-14	<1%
154	Publication	Abd. Rasyid Syamsuri, Prima Andreas Siregar, Mayang Sulistia. "Determinasi Min...	<1%
155	Publication	Erik Budiawan, Iswati Iswati. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE ...	<1%
156	Publication	Firman Hidayat, Maman Suryaman, Risma Fitriani, Billy Nugraha. "Pengaruh Moti...	<1%
157	Publication	Glory Easterlitta Kinanthi, Kristina Sisilia. "PENGARUH CUSTOMER EXPECTATIONS ...	<1%
158	Publication	Prima, Ellen. "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Dan Sikap Pengasuhan Terhadap...	<1%
159	Publication	Saefur Rohman, Fino Wahyudi Abdul. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KE...	<1%
160	Publication	Saputro, Haryanto Budi. "Pengaruh Lingkungan Sekolah Dan Motivasi Belajar Ter...	<1%
161	Publication	Syarifah fadillah Natasha, Yus Epi. "PENGARUH FINANCIAL LEVERAGE, PROFITABI...	<1%
162	Student papers	Universitas Mulawarman on 2021-05-03	<1%

**PENGARUH SUASANA DAN KEBERSIHAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI KASTA COFFEE & RESTO
BATU AJI BATAM**

SKRIPSI



**OLEH
ETIKA REFIKANZYAH
NIM: 2022020030**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proyek akhir oleh Etika Refikanzyah ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Batam, 5 Desember 2025

Pembimbing,

Moh. Thandzir, S.E., M.M.

NIDN. 1023097601

LEMBAR PENGESAHAN

Proyek Akhir Skripsi oleh Etika Refikanzyah ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 5 Desember 2025

Dewan Penguji

Dailami, M.Pd

Ketua

NIDN. 1005038002

Tito Pratama, M.Par

Anggota

NIDN.100300590001

Moh. Thandzir, S.E., M.M.

Anggota

NIDN. 1023097601

Mengesahkan,

Mengetahui,

Direktur

Ketua Program Studi

Siska Amelia Maldin, S.Pd., M.Pd
M.M.Par

Dr. Rezki Alhamdi,

NIDN. 1002089002

NIDN. 1030089101

122

138

79

79

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Etika Refikanzyah

NIM : 2022020030

Program Studi : Manajemen Tata Hidang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proyek akhir yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa proyek akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batam, 5 Desember 2025

Yang membuat pernyataan

Etika Refikanzyah

10

125

ABSTRAK

Etika Refikanzyah, 2025. Pengaruh Suasana dan Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kasta Coffee and Resto Batu Aji.

Industri kuliner saat ini sangat berkembang pesat apalagi seiring meningkatnya gaya hidup masyarakat yang gemar bersantai di kafe. Pelanggan juga tidak hanya mencari rasa makanan atau minuman yang enak. Namun, pengalaman yang menyeluruh. Dalam kondisi ini, suasana dan kebersihan menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam dipilih menjadi objek penelitian karena merupakan salah satu kafe populer di wilayah Batu Aji dengan jumlah pengunjung tinggi dan konsep yang menarik serta menghadirkan hiburan live music yang menjadi daya tarik utama pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana dan kebersihan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik probability sampling dan perhitungan rumus Slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner kemudian dianalisis menggunakan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga kebersihan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan suasana dan kebersihan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Temuan ini memberikan gambaran bahwa kedua faktor memegang peranan penting pada pengalaman positif pelanggan dan dapat menjadi acuan evaluasi pengelola dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saing usaha.

Kata Kunci: Suasana, Kebersihan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Etika Refikanzyah, 2025. The Influence of Atmosphere and Cleanliness on Customer Satisfaction at Kasta Coffee and Resto Batu Aji.

The culinary industry is currently growing rapidly, along with the increasing lifestyle trend of people who enjoy spending leisure time in cafe. Customer today are not only seeking the delicious food & beverages but also complete and memorable dining experience. In this context, atmosphere and cleanliness have become important factors that influence customer satisfaction. Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam was selected as the object of this study because it is one of the most popular cafes in the Batu Aji area, with a hight number of visitor, an appealing cafe concept and live music entertainment that serves as a key attraction for customers.

This study aims to determine the influence of atmosphere and cleanliness on customer satisfaction at Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. The research uses a quaaantitive method with a probability sampling technique and Slovin formula, resulting in a sample of 100 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS version 25.

The results that atmosphere has significant influence on customer satisfaction. Cleanliness also significantly influences customer satisfaction. Simultaneously, atmosphere and cleanliness have a significant effect on cutomer satisfaction at Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. These findings indicate that both factor play an important role in shaping customners positive experience and can serve as a reference for management in improving service quality and bussines competitiveness.

Keywords: *Atmosphere, Cleanliness, Customer Satisfaction,*

35

KATA PENGANTAR

11

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah yang diberikan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Suasana dan Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam”. Proyek akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Tata Hidang di politeknik Pariwisata Batam.

2

Penulis menyadari bahwa selesainya proyek akhir ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang terus memberikan semangat dan bimbingan serta saran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh kerendaaahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada yang terhormat.

30

91

1. Siska Amelia Maldin, M.Pd, selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.
2. Dr. Rezki Alhamdi, M.M.Par selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Hidang Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.
3. Moh Thandzir, selaku Dosen Pembimbing Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.
4. Dosen Penguji 1 Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.

5. Dosen Penguji 2 Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	I
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACT	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR BAGAN	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat bagi penulis	4
1.5.2 Manfaat bagi Batam Tourism Polytechnic	5
1.5.3 Manfaat bagi Perusahaan (Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam)	5
1.6 Definisi Istilah	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Teori Suasana	8
2.1.1 Definisi Suasana	8
2.1.2 Indikator Suasana	11
2.2 Teori Kebersihan	15
2.2.1 Definisi Kebersihan	15
2.2.2 Indikator Kebersihan	17
2.3 Teori Kepuasan Pelanggan	20
2.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	20
2.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	22
2.4 Kajian Empiris	25
2.5 Kerangka Berpikir	32
2.6 Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35

3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel	37
3.3	Operasional Variabel	38
3.3.1	Operasional Variabel Penelitian	38
3.3.2	Skala Pengukuran Variabel	40
3.3.3	Jenis data penelitian	41
3.4	Metode Pengumpulan Data	42
3.4.1	Observasi	42
3.4.2	Kuesioner	43
3.4.3	Wawancara	43
3.4.4	Studi Pustaka	44
3.5	Teknik Analisis Instrumen	44
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	47
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.6	Teknik Analisis Data	50
3.6.1	Uji T	50
3.6.2	Uji F	52
3.6.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Hasil Penelitian	55
4.1.1	Deskripsi Data	55
4.1.2	Analisis Data	69
4.1.3	Pembahasan	83
BAB V	PENUTUP	86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	86
5.2.1	Bagi perusahaan	86
5.2.2	Bagi peneliti selanjutnya	87
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Data Pengunjung Mei - Juni 2025	36
Tabel 3. 2 Variabel Bebas	39
Tabel 3. 3 Variabel Terikat	40
Tabel 3. 4 <i>Skala Likert</i>	41
Tabel 4. 1 Umur Responden	59
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4. 3 Frekuensi Kunjungan Responden	61
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Variabel Suasana	63
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Variabel Kebersihan	65
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	80
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	81
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83

DAFTAR BAGAN

Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Kasta	58
--	----

160

DAFTAR GAMBAR

39

Gambar 4. 1 Gambar Kasta Coffee & Resto Batu Aji	56
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam industri *hospitality* serta bisnis kuliner, kenyamanan pelanggan adalah salah satu pengaruh yang menentukan kepuasan mereka terhadap suatu tempat. Ketika pelanggan mengunjungi sebuah kafe atau restoran, mereka bukan saja mencari makanan dan minuman dengan rasa yang enak, namun mereka mencari pengalaman menyeluruh yang menyenangkan, mulai dari suasana sekitar, pelayanan, hingga kebersihan lingkungan. Oleh karena itu menciptakan kepuasan bagi pelanggan bukan lagi sekedar nilai tambah, melainkan sudah menjadi kewajiban dalam persaingan bisnis *food and beverage* saat ini. Salah satu aspek yang berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan adalah suasana yang diciptakan oleh sebuah tempat makan. Menurut Ferdi Hermansyah (2025) suasana adalah pembawaan dari tempat yang menimbulkan rasa nyaman mulai dari interior, penataan cahaya, musik atau aroma yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen nyaman untuk membeli dan membuat konsumen datang kembali.

Setelah penulis melakukan observasi awal di beberapa kafe di wilayah Batam, termasuk Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam, penulis menemukan bahwa suasana yang diciptakan sangat penting untuk membangun pengalaman pelanggan. Suasana yang tepat dapat menciptakan *mood* positif dan pengalaman yang akan diingat oleh pelanggan. Bahkan dalam beberapa kasus, suasana menyenangkan dapat menutupi kekurangan yang ada dalam pelayanan ataupun masakan. Namun setiap pelanggan memiliki preferensi yang berbeda beda

terhadap suasana yang mereka anggap nyaman. Bagi pelanggan yang datang untuk bekerja, membaca, belajar atau sekedar menikmati waktu sendiri akan lebih menyukai suasana yang tenang dan kondusif. Pilihan kafe yang tepat untuk kalangan ini adalah kafe dengan suasana *cozy*, tenang dan tidak terlalu ramai. Disisi lain, ada pula pelanggan yang justru menikmati tempat yang ramai, penuh energi dan memiliki hiburan seperti *live music*. Bagi kelompok ini, kafe bukan hanya tempat untuk makan dan minum, tapi juga sarana bersosialisasi dan menikmati hiburan.

Selain suasana faktor yang tidak bisa diabaikan dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah kebersihan. Menurut Aritonang (2005) di dalam menentukan kepuasan pelanggan khususnya mengenai restoran, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana makanan yang dia makan, yang memasak, pengolahan, serta tempatnya harus benar benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman. Lingkungan yang bersih tidak hanya memberikan rasa nyaman, namun juga memberikan rasa kepercayaan pelanggan terhadap produk makanan atau minuman yang di tawarkan. Namun sebaliknya, jika lingkungan kotor akan menimbulkan kesan negatif serta menurunkan selera makan. Selain itu pelanggan juga tidak akan percaya dengan kualitas makanan dan minuman yang akan disajikan oleh pihak restoran.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dalam industri jasa termasuk *food and beverage*. Menurut Tjiptono (2012), kepuasan adalah perbedaan antara harapan dan unjuk kerja, sehingga kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada upaya peniadaan atau penyempitan *gap* antara harapan dan kinerja yang dirasakan.

52 Dengan kata lain jika kinerja yang diterima pelanggan sesuai atau melebihi
25 harapan, maka kepuasan akan tercapai. Namun sebaliknya, jika kinerja yang
diterima lebih rendah atau jauh dari harapan, maka pelanggan akan kecewa.

Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam merupakan tempat hangout yang populer di berbagai kalangan, mulai pelajar, mahasiswa dan keluarga. Setelah penulis melakukan survei pada Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam, ditemukan bahwa kafe ini memiliki suasana yang menarik dengan konsep interior yang nyaman. Menariknya, suasana di kafe dapat berubah secara dinamis, pada area *indoor* menghadirkan suasana tenang dan santai sementara ketika *live music* dimulai suasana menjadi lebih semarak namun tetap memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam terkenal memiliki pengunjung yang cukup tinggi setiap harinya, namun tetap mampu menjaga kebersihan dengan baik sehingga memberikan rasa nyaman. Dengan adanya kondisi tersebut, penulis merasa perlu untuk meneliti sejauh mana suasana dan kebersihan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1.2 Batasan Masalah

43 Untuk memberikan arah yang jelas dan fokus terhadap penelitian ini, maka
penulis membatasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut: Variabel penelitian hanya tentang variabel X1 (suasana), X2 (kebersihan), dan Y (kepuasan pelanggan)
24 pada objek penelitian di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam?
2. Apakah kebersihan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam?
3. Apakah suasana dan kebersihan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam.
2. Mengetahui kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam.
3. Mengetahui apakah suasana dan kebersihan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam?

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi penulis

Penelitian ini memberikan pengalaman dan wawasan terhadap pentingnya suasana dan kebersihan dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada bisnis

119

food and beverage. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi sarana untuk menerapkan teori teori yang telah di peroleh selama masa perkuliahan.

1.5.2 Manfaat bagi Batam Tourism Polytechnic

Penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah tambahan yang bermanfaat, khususnya bagi mahasiswa Program Studi *Food and Beverage Management* yang mempelajari manajemen pelayanan dan strategi kepuasan pelanggan.

1.5.3 Manfaat bagi Perusahaan (Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam)

74

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna mengenai faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya dari segi suasana kafe dan kebersihan. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan perusahaan dapat melakukan evaluasi serta menyusun strategi peningkatan pelayanan agar lebih sesuai dengan harapan pelanggan dan kebutuhan pelanggan sehingga mampu meningkatkan loyalitas dan daya saing bisnis.

37

1.6 Definisi Istilah

1. Suasana

Menurut Poewadarminta (2006) suasana adalah keadaan udara, hawa ataupun perasaan yang diakibatkan keadaan sekitar.

2. Suasana toko

20

Christina Whidya Utami (2010) suasana toko (*store atmosphere*) merupakan kombinasi dari bermacam karakteristik fisik toko, seperti halnya arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan/ display, warna, temperatur, musik dan

aroma yang secara menyeluruh akan membentuk citra dalam benak konsumen

3. Kebersihan

Menurut Soekidjo Notoatmodjo (2011) kebersihan merupakan bagian perilaku sehat yang bertujuan untuk mencegah penyakit dan menciptakan lingkungan sehat, aman dan nyaman bagi manusia.

4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2003) kepuasan pelanggan adalah hasil evaluasi dari pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa, hal ini dengan membandingkan antara kinerja yang mereka rasakan dengan harapan mereka.

5. Kafe

Menurut Sulastiyono (2011) kafe merupakan usaha penyedia makanan dan minuman yang berorientasi pada suasana santai yang menjadi tempat berkumpul dan bersosialisasi bagi pengunjung.

6. Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam

Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam adalah objek penelitian, yaitu sebuah kafe di Batu Aji Batam yang menyediakan makanan, minuman dengan suasana santai.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Suasana

2.1.1 Definisi Suasana

Menurut Walgito (2004) suasana merupakan hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya yang dapat menghasilkan persepsi tertentu, baik itu rasa nyaman, tenang ataupun sebaliknya. Artinya, suasana bukan hanya keadaan fisik dari lingkungan melainkan bagaimana seseorang merasakan kondisi tersebut. Suasana dapat menimbulkan reaksi emosional tergantung bagaimana seseorang memaknai rangsangan dari lingkungan. Dengan kata lain suasana memiliki sifat subjektif karena setiap individu dapat merasakan kondisi yang sama dengan persepsi berbeda. Misalnya dalam suatu ruangan dengan pencahayaan redup dapat dinikmati oleh sebagian orang karena memiliki kesan romantis, namun untuk beberapa orang akan dianggap suram dan kurang nyaman.

Sedangkan menurut Sutisna (2002) mendefinisikan suasana sebagai kombinasi dari berbagai faktor lingkungan yang dapat menimbulkan respon afektif (perasaan) ataupun kognitif (pemikiran) dari seseorang. Artinya suasana tidak hanya dilihat dari aspek fisik seperti tata ruang, pencahayaan ataupun suara namun juga menyangkut bagaimana elemen elemen tersebut dipersepsi dan dirasakan individu. Lebih jauh Sutisna menjelaskan jika suasana akan memengaruhi seseorang secara menyeluruh. Ketika suasana tempat mendukung maka individu akan merasakan rasa nyaman. Namun sebaliknya, jika suasana

buruk akan menimbulkan rasa gelisah dan mengurangi minat untuk berinteraksi lama.

15 Dalam konteks pemasaran, suasana berkembang lebih spesifik menjadi suasana toko. Menurut Hendri Ma'ruf (2005) menyebutkan bahwa suasana toko adalah variabel yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap stimuli ritel seperti lokasi, *merchandise*, harga promosi dan pelayanan yang diberikan pihak ritel. Atmosfer toko juga berpengaruh langsung terhadap kenyamanan berbelanja. Suasana toko yang baik akan membuat konsumen merasa betah untuk berbelanja atau menghabiskan waktu di tempat tersebut. Sehingga hal ini dapat meningkatkan durasi kunjungan ke toko. Selain itu juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen, karena semakin lama konsumen berada di dalam toko semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan transaksi. Dengan demikian suasana toko (*store atmosphere*) adalah bagian penting yang dapat membangun pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Pengusaha yang mampu mengelola *atmosphere* toko dapat meningkatkan daya tarik toko, citra, dan menciptakan kepuasan konsumen yang akan berimbas pada loyalitas pelanggan.

20 Christina Whidya Utami (2010) juga menjelaskan dalam bukunya bahwa suasana toko (*store atmosphere*) merupakan kombinasi dari bermacam karakteristik fisik toko, seperti halnya arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan/ *display*, warna, temperatur, musik dan aroma yang secara menyeluruh akan membentuk citra dalam benak konsumen. Suasana toko bukan hanya mengenai kondisi fisik, melainkan alat strategis yang dirancang pengusaha untuk mengkomunikasikan kualitas layanan, persepsi harga dan ketersediaan

produk kepada pelanggan. Dengan kata lain, suasana toko menjadi media *nonverbal* yang bisa mempengaruhi cara konsumen menilai toko dan merasakan pengalaman berbelanja.

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2014) suasana atau atmosfer toko termasuk salah satu elemen *physical evidence* dalam bauran pemasaran jasa. *Physical Evidence* adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, serta setiap elemen berwujud yang memfasilitasi atau mengkomunikasikan kinerja jasa tersebut. Elemen ini berperan penting karena dapat memberi isyarat kualitas jasa kepada pelanggan, memengaruhi kepuasan, serta membentuk persepsi dan perilaku konsumen. Fandy Tjiptono menjelaskan beberapa dampak dari suasana terhadap konsumen antara lain:

1. Suasana toko dapat membangkitkan emosi positif seperti nyaman, rileks dan semangat
2. Suasana toko dapat memengaruhi perilaku pembelian. Jika suasana toko nyaman maka pelanggan akan betah berlama lama di toko dan membeli lebih banyak barang bahkan mereka akan memiliki keinginan untuk kembali lagi.
3. Suasana toko menjadi salah satu kriteria dalam evaluasi kualitas layanan, bersama harga dan pelayanan.

Dengan demikian suasana dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya yang menciptakan persepsi dan pengalaman tertentu, baik dari aspek afektif (perasaan) ataupun kognitif (pemikiran). Suasana tidak hanya bersifat fisik melainkan juga subjektif karena dipengaruhi cara individu memaknai rangsangan lingkungan. Dalam konteks pemasaran, suasana

121 berkembang menjadi *store atmosphere* yang mencakup elemen fisik seperti tata letak, pencahayaan, warna, musik dan aroma. Serta elemen psikologis yang dirasakan konsumen. Pengelolaan suasana toko yang baik akan memberikan rasa nyaman, menimbulkan emosi positif, memperpanjang durasi kunjungan hingga memengaruhi keputusan pembelian. Lebih jauh lagi, suasana toko dapat meningkatkan citra usaha, kepuasan pelanggan dan membentuk loyalitas konsumen terhadap suatu merek atau tempat usaha.

2.1.2 Indikator Suasana

Suasana yang tercipta tidak bisa terjadi begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai elemen yang dapat memberikan pengalaman tertentu kepada konsumen. Untuk itu indikator suasana perlu diperhatikan sebagai dasar menciptakan kenyamanan dan daya tarik suatu tempat.

Menurut Christina Whidya Utami (2010) menekankan indikator suasana antara lain:

1. *Visual* (penglihatan)

Aspek *visual* merupakan elemen paling utama yang menciptakan atmosfer toko. Visual ini meliputi desain interior ataupun eksterior toko, tata letak ruang, pencahayaan, warna dan tampilan display produk. Visual sangat berperan dalam membangun *first impression* konsumen ketika mereka memasuki area toko. Tata letak ruang yang rapi memudahkan pergerakan konsumen ketika di area toko, begitu juga pencahayaan yang tepat dapat menonjolkan produk yang dijual. Pemilihan warna juga dapat mempengaruhi *mood* dari konsumen,

misalnya warna hangat menimbulkan kesan nyaman sedangkan warna cerah menimbulkan kesan segar.

2. *Auditory* (pendengaran)

Musik ataupun suara latar memiliki peran emosional dalam pengalaman belanja. Musik ataupun suara latar dengan tempo yang lambat membuat konsumen cenderung ingin lebih lama berada didalam toko. Sementara musik dengan tempo yang cepat cenderung mendorong konsumen untuk pembelian yang *impulsive*. Pengusaha juga harus memperhatikan tingkat kebisingan dari musik, karena tingkat kebisingan yang tinggi akan menurunkan kenyamanan pelanggan saat berbelanja.

3. *Olfactory* (penciuman)

Aroma adalah faktor pendukung yang langsung terhubung dengan memori dan emosional konsumen. Aroma dapat menjadi identitas toko, misalnya *coffee shop* memiliki aroma kopi sedangkan toko roti memiliki aroma khas roti baru matang (hangat dan menenangkan). Aroma yang konsisten dapat menciptakan suatu *brand recall* dan membangun persepsi kualitas produk.

4. *Spatial/Temperature* (ruang dan suhu)

Pengaturan ruang harus diperhatikan oleh pengusaha guna memudahkan konsumen untuk mengeksplor produk didalam toko. Pengaturan ruang mencakup keleluasaan gerak konsumen, lebar lorong serta kenyamanan tata letak. Ruang yang lega akan membuat pelanggan nyaman untuk bergerak di dalam toko, sedangkan ruang yang sempit sering menimbulkan ketidaknyamanan. Temperatur ruangan juga harus diperhatikan karena dapat

memengaruhi durasi konsumen menetap dalam suatu tempat. Suhu yang terlalu panas ataupun dingin akan memperpendek durasi waktu kunjungan konsumen.

Sedangkan Fandy Tjiptono juga menyebutkan elemen elemen dari suasana yang dapat mempengaruhi konsumen antara lain:

1. Fasilitas fisik utama

Fasilitas fisik merupakan aspek yang pertama kali dinilai oleh konsumen dan menjadi *first impression*. Meliputi bangunan, tata letak ruang, desain interior dan eksterior. Tata letak yang baik adalah yang dapat memberikan keleluasaan dan kemudahan konsumen untuk bergerak. Desain interior dan eksterior yang menarik akan menciptakan citra positif terhadap toko.

2. Lingkungan ambien

Lingkungan ambien ini terdiri dari pencahayaan, warna, musik, aroma, temperatur dan kebersihan. Semua elemen berfungsi untuk membentuk suasana emosional yang dapat memengaruhi *mood* konsumen. Seperti cahaya yang terang akan memberikan kesan segar, warna tertentu yang dapat menstimulasi emosi, aroma yang khas untuk meningkatkan selera, musik yang dapat menciptakan suasana rileks, sementara kebersihan memberikan rasa nyaman dan aman.

3. Tanda, simbol dan artefak

Seperti *signage*, logo, *display* produk dan dekorasi toko. Elemen ini berperan penting dalam sarana komunikasi visual dan identitas bisnis.

Signage dapat membantu konsumen menemukan informasi dengan cepat, logo dapat membangun *brand image*, *display* produk akan mendorong minat beli, sedangkan dekorasi toko memperkuat nuansa yang diinginkan.

4. Peralatan dan perlengkapan

Perlengkapan dan peralatan meliputi furnitur, teknologi ataupun peralatan lain yang dapat mendukung kelancaran pelayanan. Peralatan dan perlengkapan yang baik dan memadai akan mendukung kelancaran operasional dan kenyamanan konsumen. Seperti teknologi modern (kasir digital, wi-fi dan juga aplikasi pemesanan lainnya) akan memberi kemudahan dalam proses pelayanan. Peralatan yang memadai seperti kursi dan meja yang nyaman akan membuat waktu kunjungan menjadi lebih lama.

5. Orang (*Physical Cues*)

Faktor ini mencakup penampilan karyawan yang menjadi representasi langsung dari citra perusahaan. Penampilan yang rapi, seragam yang sesuai, karyawan yang murah senyum dan ramah serta profesionalisme dari karyawan akan memperkuat persepsi kualitas layanan.

Berdasarkan uraian Christina Whidya Utami dan Fandy Tjiptono dapat dipahami bahwa suasana merupakan hasil dari kombinasi beberapa faktor yang saling melengkapi. Christina lebih menekankan pada aspek sensorik seperti penglihatan, pendengaran, penciuman serta ruang dan suhu. Sedangkan Fandy menambahkan elemen seperti fasilitas fisik, simbol, perlengkapan dan peran karyawan. Keduanya menunjukkan bahwa

suasana memiliki peran penting dalam pengalaman konsumen ketika berada di suatu tempat.

2.2 Teori Kebersihan

2.2.1 Definisi Kebersihan

Kebersihan adalah salah satu faktor yang sangat memengaruhi kesehatan, kenyamanan serta kepuasan seseorang. Menurut Notoatmodjo (2007) kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk debu, sampah bau dan hal lain yang bisa menyebabkan gangguan baik fisik maupun psikologis. Definisi ini menunjukkan jika kebersihan memiliki dua dimensi utama :

1. Dimensi fisik yaitu bebas dari kotoran misalnya tubuh yang bersih, pakaian yang terawat, makanan higienis dan juga lingkungan yang terjaga dari debu, sampah dan polusi.
2. Dimensi psikologis yaitu perasaan nyaman dan puas saat berada dalam kondisi yang bersih. Lingkungan yang bersih cenderung membuat suasana hati baik dan meningkatkan konsentrasi.

Sedangkan menurut Sunaryo (2004) kebersihan merupakan salah satu faktor penting dalam kesehatan masyarakat, karena kondisi bersih dapat menciptakan kenyamanan, keindahan sampai mencegah terjadinya penyakit. Hal ini menegaskan bahwa kebersihan memiliki dimensi yang luas dan menyentuh aspek kesehatan, psikologi hingga sosial. Lebih lanjut, menurut Depkes RI (2004), kebersihan merupakan salah satu upaya dasar dalam pemeliharaan kesehatan, baik itu kebersihan diri ataupun kebersihan lingkungan. Depkes RI membagi kebersihan dalam dua aspek utama :

1. Kebersihan diri atau personal *cleanliness*

Kebersihan diri ini seperti mandi, mencuci tangan, menjaga pakaian dan kebiasaan hidup bersih.

2. Kebersihan lingkungan

Kebersihan lingkungan mencakup rumah, sarana prasarana umum serta lingkungan sekitar agar tidak menjadi tempat penularan penyakit.

Menurut Azwar (1996) kebersihan merupakan kondisi lingkungan dan individu yang terhindar dari kotoran dan sumber daya penyakit, sehingga tercipta rasa aman dan kesehatan. Azwar menyebutkan makna penting dari definisi diatas.

1. Kebersihan diri yang meliputi kebersihan tubuh, pakaian dan perilaku sehari-hari yang dapat mencegah timbulnya penyakit
2. Kebersihan lingkungan meliputi kebersihan tempat tinggal, tempat kerja, sarana dan prasarana serta lingkungan sekitar yang bersih bebas dari kotoran, sampah dan polusi.
3. Tujuan utama kebersihan adalah mencegah penyakit menular, peningkatan kenyamanan hidup serta pemeliharaan derajat kesehatan manusia.

Dengan kata lain Azwar menekankan bahwa kebersihan adalah upaya *preventif* terhadap penyakit sekaligus penunjang kualitas hidup. Artinya menjaga kebersihan adalah tanggung jawab pribadi, sosial dan lingkungan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kebersihan adalah kondisi bebas dari kotoran yang tidak hanya berdampak pada aspek fisik tapi juga akan memengaruhi kenyamanan psikologis, kesehatan dan kualitas

hidup manusia. Kebersihan mencakup dua dimensi utama yaitu kebersihan diri dan kebersihan lingkungan. Tujuan dari menjaga kebersihan adalah untuk mencegah timbulnya penyakit, menciptakan rasa nyaman, meningkatkan estetika dan menunjang derajat kesehatan masyarakat. Dengan demikian kebersihan dipandang sebagai tanggung jawab individu maupun kolektif dalam rangka menjaga kesehatan bersama.

2.2.2 Indikator Kebersihan

Untuk dapat menilai kebersihan secara lebih jelas, diperlukan indikator yang dapat dijadikan acuan. Indikator ini dapat menjelaskan apakah suatu lingkungan sudah memenuhi standar kebersihan atau belum. Beberapa ahli memberikan pandangan mengenai indikator kebersihan yang bisa digunakan untuk dasar penilaian

Budiman Chandra (2007) menegaskan bahwa kebersihan adalah bagian penting dari kesehatan lingkungan karena kondisi yang bersih akan berpengaruh langsung terhadap kesehatan. Untuk menilai kebersihan dapat menggunakan indikator utama yaitu:

1. Kualitas udara dan air

Udara yang bersih ditandai dengan tidak adanya pencemaran udara seperti dari rokok, asap kendaraan maupun bau menyengat dari sampah. Sedangkan air yang bersih memiliki kriteria bebas dari kuman atau penyakit, tidak berwarna, tidak berbau dan tidak berasa. Kualitas udara dan air yang buruk akan menyebabkan resiko penyakit pernapasan, diare ataupun infeksi kulit.

2. Pembuangan limbah

Sistem pembuangan limbah sangat menentukan tingkat kebersihan lingkungan. Jika pembuangan limbah tidak di kelola dengan baik, maka akan menjadi sarang penyakit, menimbulkan bau tidak sedap bahkan dapat mencemari air dan tanah. Begitu juga dengan limbah cair seperti *grey water* atau *black water* jika tidak diolah dengan benar akan mengganggu sanitasi dan menimbulkan masalah kesehatan.

3. Kondisi rumah dan tempat umum

Kondisi rumah dikatakan bersih apabila lantainya bebas debu, ventilasi cukup, pencahayaan cukup dan terhindar dari kelembapan yang berlebihan.

4. Kebersihan makanan

Kebersihan makanan mencakup dari cara pengolahan, penyimpanan hingga penyajian makanan. Makanan yang tidak bersih akan menyebabkan media penularan penyakit seperti diare, keracunan ataupun infeksi saluran pencernaan.

Budiman Chandra menekankan semua indikator diatas tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan. Udara yang bersih, air yang sehat, pengelolaan limbah yang tepat, rumah dan tempat umum yang terjaga serta makanan yang higienis merupakan satu kesatuan dalam menciptakan lingkungan yang sehat.

Sedangkan menurut Depkes RI (2004) menetapkan jika sejumlah indikator kebersihan berhubungan dengan kesehatan masyarakat. Beberapa indikator kebersihan yang disebutkan antara lain

1. Ketersediaan air bersih

Depkes RI menekankan bahwa air bersih harus tersedia dengan jumlah yang cukup dan aman dikonsumsi. Air yang tersedia juga harus terbebas dari pencemaran.

2. Kondisi jamban atau toilet

Toilet yang bersih menjadi indikator penting kebersihan. Toilet harus memenuhi standar sanitasi yaitu tidak menimbulkan bau, tidak mencemari sumber air, mudah dibersihkan dan dilengkapi oleh sarana pembuangan.

3. Kebiasaan mencuci tangan

Depkes RI menekankan lima waktu penting untuk cuci tangan yaitu sebelum makan, setelah buang air besar/ kecil, setelah membersihkan anak, sebelum mengolah makanan dan setelah memegang hewan atau benda kotor. Kebiasaan mencuci tangan ini dianggap sederhana namun sangat efektif untuk mencegah penyakit menular.

4. Pengelolaan sampah rumah tangga

Depkes RI menganjurkan pemilahan sampah organik dan anorganik di tempat yang sesuai, serta pengelolaan lebih lanjut (misalnya dengan dikubur, dibakar atau di daur ulang)

5. Kebersihan tempat pengolahan makanan

Tempat pengolahan makanan harus dijaga kebersihannya agar makanan tidak terkontaminasi oleh kuman. Indikator ini mencakup kebersihan peralatan

makan, bahan makanan, serta kebiasaan pengolah makanan yang menjaga *personal hygiene*.

2.3 Teori Kepuasan Pelanggan

2.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Supranto (2011) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja yang mereka rasakan dengan ekspektasinya. Kepuasan ini adalah bentuk dari evaluasi subjektif, di mana pelanggan merasa puas jika kinerja produk atau jasa sesuai atau melebihi harapannya. Sebaliknya, jika kinerja lebih rendah dari harapan, pelanggan akan merasa kecewa. Oleh karena itu kepuasan pelanggan dapat dimaknai sebagai hasil interaksi dari harapan yang terbentuk sebelum konsumsi dengan pengalaman nyata yang dirasakan setelah konsumsi.

Sejalan dengan itu, Sunyoto (2015) lebih menekankan pada aspek emosional dalam kepuasan pelanggan. Sunyoto menyebutkan kepuasan pelanggan adalah tanggapan emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumsi barang atau jasa. Hal ini menunjukkan jika kepuasan pelanggan tidak hanya pada perbandingan rasional antara harapan dan kinerja melainkan melibatkan respon emosional yang timbul dari keseluruhan pengalaman konsumsi.

Menurut Sumarwan (2004) Teori kepuasan (*the Expectancy Disconfirmation Model*) adalah model yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen yaitu merupakan dampak perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian atau konsumsi dengan yang kinerja sesungguhnya yang diperoleh konsumen. Hasil dari perbandingan dapat

dikelompokkan menjadi dua yaitu *disconfirmation* dan *confirmation*. Adapun hasil dampak perbandingan adalah sebagai berikut ;

- a. *Positive disconfirmation*, terjadi jika kinerja sesungguhnya lebih besar daripada harapan konsumen.
- b. *Simple confirmation*, terjadi jika kinerja sesungguhnya sama dengan harapan konsumen.
- c. *Negative disconfirmation*, terjadi jika kinerja sesungguhnya lebih kecil daripada harapan konsumen.

Menurut Lisda Rahmasari (2020) ada dua jenis kepuasan yang dirasakan pelanggan

1. Kepuasan fungsional, kepuasan ini diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk.
2. Kepuasan psikologikal, kepuasan ini diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud atas pembelian produk.

Lisda Rahmasari juga menyebutkan manfaat yang dirasakan penjual jika berhasil membuat pelanggan merasa puas.

1. Menciptakan hubungan yang baik antara penjual dan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa nyaman dan berpotensi menjadi pelanggan setia
2. Pendapatan meningkat karena terjalinnya hubungan harmonis antara penjual dan pelanggan.

3. Konsistensi dan kemudahan akses informasi pada setiap titik kontak pelanggan memungkinkan penjual memberikan layanan lebih baik, sehingga tercipta kepuasan dan loyalitas pelanggan.
4. Memberikan informasi kepada orang lain karena merasa puas setelah membeli suatu produk.

147 Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas, kepuasan pelanggan merupakan kondisi psikologis yang timbul setelah pelanggan melakukan evaluasi terhadap pengalaman konsumsi produk atau jasa. Evaluasi ini melalui proses perbandingan antara harapan sebelum konsumsi dengan kinerja yang dirasakan. Sementara itu kepuasan tidak hanya bersifat rasional melainkan juga melibatkan aspek emosional karena dampak atas pengalaman selama menggunakan produk ataupun jasa. Lebih lanjut kepuasan bisa dipahami dalam dua bentuk, yaitu **kepuasan fungsional dan kepuasan psikologikal**. Kepuasan fungsional berasal dari manfaat nyata produk sedangkan kepuasan psikologikal berasal dari nilai simbolis atau perasaan yang ditimbulkan setelah memakai produk atau jasa. Dengan demikian kepuasan pelanggan dapat dipahami sebagai hasil dari interaksi antara harapan, pengalaman dan perasaan pelanggan yang akan memberi manfaat bagi perusahaan melalui terciptanya loyalitas, peningkatan pendapatan dan hubungan jangka panjang dengan **pelanggan**.

2.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan

9 Menurut Tjiptono (2014:353) **kepuasan pelanggan dapat diukur** melalui beberapa indikator utama yang menggambarkan sejauh mana pengalaman pelanggan memenuhi harapannya. Adapun indikatornya meliputi:

1. Kualitas produk (*Product quality*)

Kualitas produk adalah elemen fundamental yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Produk yang memiliki kualitas baik sesuai dengan harapan pelanggan maka akan menimbulkan rasa puas. Dalam konteks ini pelanggan akan menilai aspek keandalan, daya tahan, fitur serta manfaat produk. Jika produk mampu memberikan nilai lebih dari yang diharapkan, maka kepuasan akan meningkat.

2. Kualitas pelayanan (*Service quality*)

Kualitas pelayanan tidak hanya diukur melalui hasil akhir, melainkan dinilai dari proses interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan. Aspek yang dinilai seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, perhatian dan kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang profesional dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Faktor emosional (*Emotional factor*)

Faktor emosional sering muncul karena asosiasi merek (*brand image*) yang kuat dan pengalaman positif yang berulang. Hal ini menyebabkan emosional antara pelanggan dan perusahaan. Pengalaman positif yang dimaksud seperti rasa bangga, nyaman, aman atau percaya diri ketika menggunakan produk atau jasa.

4. Harga (*Price*)

Pelanggan akan puas jika harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat dan kualitas produk atau jasa yang mereka terima. Harga yang dianggap

adil menjadi tolok ukur dalam persepsi nilai pelanggan. Pelanggan tidak selalu memilih harga termurah melainkan harga yang dianggap layak untuk kualitas yang diperoleh.

5. Biaya dan kemudahan (*Cost and convenience*)

Indikator ini berkaitan dengan kemudahan yang dirasakan pelanggan untuk mendapatkan produk/ jasa, ini termasuk waktu, tenaga dan biaya tambahan yang harus dikeluarkan. Semakin efisien proses pembelian dan semakin kecil pengorbanan yang diperlukan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan tinggi.

Secara keseluruhan Tjiptono menegaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi menyeluruh dari kualitas produk, pelayanan, harga, faktor emosional dan kemudahan yang dirasakan. Oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan seluruh indikator secara terpadu untuk membangun pengalaman positif bagi pelanggan.

Selanjutnya, Lupiyadi (2013) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator utama antara lain,

1. Kepuasan terhadap kualitas dan produk layanan, yaitu sejauh mana produk dan layanan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.
2. Kepuasan terhadap harga yang dibayar, yaitu perasaan pelanggan mengenai kesesuaian antara harga dan manfaat produk atau jasa yang diterima
3. Kepuasan terhadap fasilitas dan lingkungan perusahaan, meliputi kenyamanan, kebersihan dan suasana yang mendukung pengalaman pelanggan.

4. Kepuasan terhadap karyawan, mencakup sikap, keramahan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan

5. Niat untuk menggunakan jasa kembali (*repurchase intention*) faktor ini mencerminkan tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

2.4 Kajian Empiris

Beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya akan memberikan gambaran tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya:

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

Peneliti dan Tahun	Judul penelitian	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian
Hidayat, Yasril (2024)	Pengaruh Cita Rasa Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari suasana terhadap kepuasan konsumen	1. Cita Rasa (X1) 2. Suasana (X2) 3. Kepuasan Konsumen

		pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene	
Safitri, Juliana Nur (2021)	Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Filosofi Kopi Yogyakarta	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari suasana kafe terhadap kepuasan konsumen di Kedai Filosofi kopi Yogyakarta 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kedai Filosofi kopi Yogyakarta 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Filosofi kopi	1. Suasana (X1) 2. Kualitas produk (X2) 3. Kualitas layanan (X3) 4. Kepuasan konsumen (Y)

144

15

		Yogyakarta	
Harjanto, Ryan Nur (2010)	Analisis Pengaruh Harga Produk, Kebersihan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang	1. Terdapat pengaruh signifikan dari harga pokok terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang 2. Terdapat pengaruh signifikan dari kebersihan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang 3. Terdapat pengaruh signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang	1. Harga (X1) 2. Kebersihan (X2) 3. Kualitas layanan (X3) 4. Kepuasan pelanggan (Y)
Affia, Gladia	Analisis Pengaruh Kualitas Kebersihan	1. Terdapat pengaruh signifikan dari kualitas	1. Kebersihan makanan (X1)

114	(2018)	Makanan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Shop di Solo	kebersihan makanan terhadap kepuasan konsumen Coffee Shop di Solo 2. Terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Coffee Shop di Solo 3. Terdapat pengaruh signifikan dari promosi harga terhadap kepuasan konsumen Coffee Shop di Solo	2. Kualitas pelayanan (X2) 3. Promosi harga (X3) 4. Kepuasan konsumen (Y)
44	Setiawan, Muhammad Ujang Adi (2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar Grooming dan Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Merek Pada Miniresto Dyno Chicken	1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek 2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek 3. Standar grooming tidak berpengaruh	1. Kualitas pelayanan (X1) 2. Kualitas produk (X2) 3. Standar grooming (X3) 4. Kebersihan (X4) 5. Kepuasan

		terhadap citra merek 4. Kebersihan tidak berpengaruh terhadap citra merek 5. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pelanggan 6. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan 7. Standar grooming tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan 8. Kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan 9. Citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan 10. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh	pelanggan (Y1) 6. Citra merek (Y2)
--	--	--	--

75

22

		terhadap kepuasan pelanggan 11. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan 12. Standar grooming tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan citra merek sebagai pemediasi 13. Kebersihan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan citra merek sebagai pemediasi pada miniresto Dyno Chicken.	
Novrian, Richard (2023)	Analisis Keamanan Kebersihan Kesehatan Karyawan Cafe Sirih terhadap	1. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di cafe sirih	1. Keamanan (X1) 2. Kebersihan (X2) 3. Kepuasan

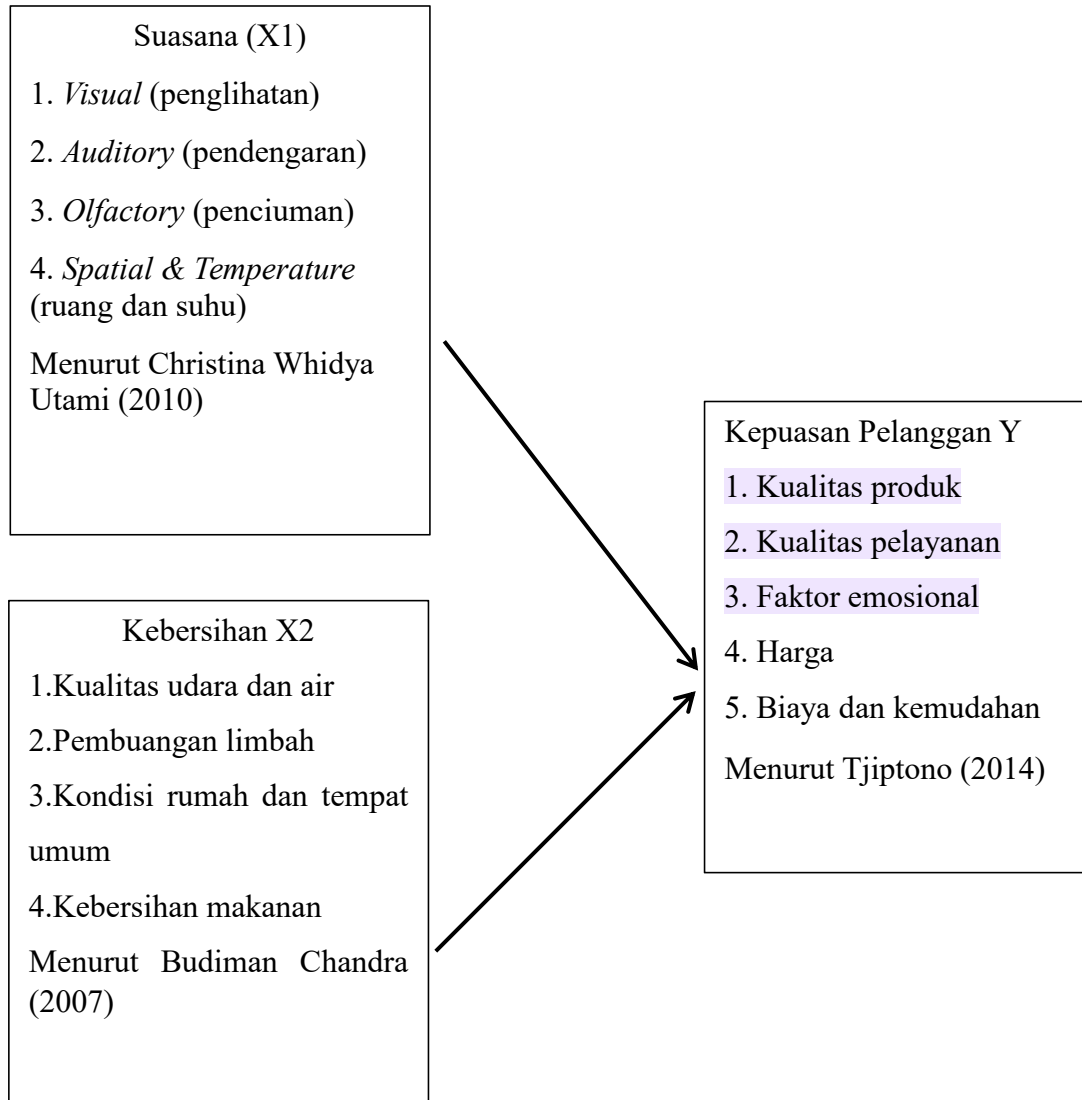
	Tingkat Kepuasan Konsumen	2. Kebersihan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Sirih	konsumen (Y)
Syaripudin, Jihad (2021)	Pengaruh Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Segar Paal Dua Manado Terhadap Kepuasan Konsumen	1. Kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Segar Paal Dua Manado 2. Kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Segar Paal Dua Manado	1. Kebersihan (X1) 2. Kenyamanan (X2) 3. Kepuasan Pelanggan (Y)
Vanesia Yolanda, Sofiani (2021)	Pengaruh Kebersihan Lokasi Pada Saat Pandemi COVID-19 Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Soe Taman Palem	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kebersihan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Soe Taman Palem	1. Kebersihan (X) 2. Kepuasan pelanggan (Y)

2.5 Kerangka Berpikir

Menurut Nazir (2014) kerangka berpikir adalah cara berpikir yang menunjukkan hubungan antara suatu konsep dengan konsep lainnya yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis. Kerangka berpikir ini berfungsi sebagai landasan logis yang menjelaskan bagaimana dan mengapa variabel-variabel dalam penelitian saling berkaitan. Melalui kerangka berpikir, peneliti menyusun alur berpikir yang sistematis berdasarkan teori yang telah disebutkan sebelumnya. Sehingga dapat menggambarkan hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat secara jelas.

Dalam konteks penelitian ini, kerangka berpikir disusun untuk menjelaskan hubungan antara suasana dan kebersihan sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat pada Kasta Coffee dan Resto Batu Aji Batam

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir



2.6 Hipotesis

Menurut Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitanigtyas (2016) hipotesis penelitian pada dasarnya merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang telah ditetapkan yang perlu diuji kebenarannya melalui uji statistik. Berdasarkan pengertian tersebut, maka penulis mencoba mengemukakan hipotesis yang akan dijadikan acuan dalam memecahkan pokok permasalahan yaitu ;

Pengaruh suasana dan kebersihan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam

H1 : Suasana dan kebersihan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam

H0 : Suasana dan kebersihan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto batu Aji Batam

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positifisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan analisis data bersifat statistik. Data yang digunakan bersifat kuantitatif, yaitu berupa angka atau data yang dapat diukur dan di analisis secara statistik. Penelitian ini menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dan menghasilkan kesimpulan yang memiliki sifat objektif. Dalam penelitian kuantitatif, hubungan antar variabel akan diuji secara sistematis menggunakan alat analisis statistik untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dengan demikian, pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang jelas, terukur dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah mengenai pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Arikunto (2013) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Maknanya, populasi mencakup semua individu atau objek yang menjadi fokus penelitian karena dianggap memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan permasalahan yang dikaji. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen

yang pernah datang dan menikmati makanan atau minuman serta layanan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam selama periode Mei hingga Juni 2025, yang berjumlah 6.728 orang.

Data jumlah pelanggan tersebut diperoleh berdasarkan rekap kunjungan dua bulan terakhir yang dijadikan dasar dalam menentukan populasi penelitian, karena dianggap mewakili kondisi aktual jumlah pelanggan Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam pada tahun 2025

Tabel 3. 1 Data Pengunjung Mei - Juni 2025

Bulan	Jumlah Pelanggan	Pendapat
Mei 2025	3.120	Rp 470.000.000
Juni 2025	3.608	Rp 530.000.000
Total	6.728	Rp 1.000.000.000

Berdasarkan tabel diatas, total jumlah pelanggan Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam 2025 mencapai 6.728 orang. Angka ini dijadikan dasar untuk menentukan populasi penelitian karena dianggap mewakili keseluruhan pelanggan yang aktif berkunjung

Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu :

- Konsumen yang pernah mengunjungi Kasta Coffee & Resto Batu Aji
- Konsumen lelaki / wanita yang berumur diatas 15 tahun

- c) Konsumen yang melakukan kunjungan kembali ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam.

3.2.2 Sampel

Menurut Arikunto (2013) sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Penggunaan sampel ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data ketika jumlah populasi terlalu besar untuk diteliti. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel melainkan terbatas hanya sebagian dari populasi saja. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* yaitu metode *simple random sampling*. *Simple random sampling* atau sampel acak sederhana, yang memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk dijadikan sampel, dimana anggota populasi tidak memiliki strata sehingga relatif homogen.

Sampel ini berdasarkan dari populasi dengan presentase tingkat kesalahan yang dapat di tolerir sebesar 10% (0,1) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus *Slovin*, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut :

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

D^2 = Tingkat presisi (*margin of error*)

Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam memiliki populasi sebanyak 6.728 orang jadi besarnya sampel yang digunakan adalah

$$n = \frac{6728}{6728(0,1^2)+1} = \frac{6728}{6728 \cdot 0,1+1} = \frac{6728}{67,82+1} = \frac{6728}{68,82} = 98,54$$

Digenapkan menjadi 100 responden.

3.3 Operasional Variabel

3.3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel sangat penting dalam melakukan penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto (2010) mengemukakan variabel adalah faktor-faktor yang berperan dalam suatu peristiwa yang ingin di teliti oleh peneliti. Sedangkan menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulanya. Variabel-variabel yang diukur dapat dibedakan menjadi dua yaitu sebagai berikut :

3.3.1.1 Variabel Bebas (*Independent variable*)

Menurut Sugiyono (2019) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Artinya, variabel bebas adalah faktor yang dimanipulasi oleh peneliti untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah suasana (X1) dan kebersihan (X2)

Tabel 3. 2 Variabel Bebas

Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	Indikator	Skala
Suasana (X1) Menurut Walgito (2004) suasana merupakan hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya yang dapat menghasilkan persepsi tertentu, baik itu rasa nyaman, tenang ataupun sebaliknya	Menurut Christina Whidya Utami (2010) menekankan indikator suasana adalah sebagai berikut : 1. <i>Visual</i> (penglihatan) 2. <i>Auditory</i> (pendengaran) 3. <i>Olfactory</i> (penciuman) 4. <i>Spatial/Temperature</i> (ruang dan suhu)	Likert
Kebersihan (X2) Menurut Notoatmodjo (2007) kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk debu, sampah bau dan hal lain yang bisa menyebabkan gangguan baik fisik maupun psikologis.	Menurut Budiman Chandra (2007) menegaskan indikator kebersihan adalah sebagai berikut: 1. Kualitas udara dan air 2. Pembuangan limbah 3. Kondisi rumah dan tempat umum 4. Kebersihan makanan	Likert

3.3.1.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Arikunto (2013) variabel terikat adalah variabel yang timbul akibat dari adanya variabel bebas. Dengan makna lain, variabel ini terbentuk atas hasil dari perubahan atau perlakuan yang di berikan oleh variabel bebas. Variabel terikat berfungsi untuk menunjukkan hasil, efek ataupun respon yang muncul akibat pengaruh variabel bebas. Dengan demikian variabel terikat dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang di berikan variabel bebas dalam suatu penelitian.

Tabel 3. 3 Variabel Terikat

Variabel terikat (<i>Dependent</i>)	Indikator	Skala
Kepuasan pelanggan (Y)	Menurut Tjiptono (2014)	Likert
Menurut Supranto (2011) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja yang mereka rasakan dengan ekspektasinya.	kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator utama sebagai berikut : 1. Kualitas produk 2. Kualitas pelayanan 3. Faktor emosional 4. Harga 5. Biaya dan kemudahan	

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel menggunakan skala likert. Menurut Riduwan (2010) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat

dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial dengan cara memberikan skor pada setiap item pernyataan. Skala ini digunakan dalam penelitian karena mampu menggambarkan tingkat persetujuan ataupun ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan yang di berikan. Dengan menggunakan *skala likert* peneliti dapat mengetahui seberapa besar tingkat kecenderungan responden terhadap objek penelitian.

Tabel 3. 4 *Skala Likert*

Kategori Penelitian	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.3.3 Jenis data penelitian

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah sumber data yang di dapatkan langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara. Data ini dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari responden yang menjadi objek penelitian sehingga memiliki tingkat keaslian dan keakuratan yang tinggi. Dengan demikian data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner dan informasi yang diberikan kepada konsumen Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam yang menjadi responden penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Ridwan (2010) metode pengumpulan data adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat menemukan, membuktikan dan mengembangkan suatu pengetahuan. Dengan kata lain, metode pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian yang dilakukan secara sistematis dan berdasarkan prinsip ilmiah. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi dan memastikan bahwa data yang diperoleh valid dan dapat dipercaya. Dalam penelitian kali ini menggunakan metode:

3.4.1 Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik umum digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data secara langsung di lapangan tanpa perantara. Menurut Sugiyono (2019) observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data yang relevan dalam penelitian. Sedangkan menurut Arikunto (2013), observasi adalah cara pengumpulan data dengan mengamati secara langsung suatu kegiatan yang sedang berlangsung.

Dalam penelitian ini, metode observasi dilakukan untuk menilai indikator kebersihan yang terdapat pada Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam berdasarkan indikator yang dijelaskan oleh Budiman Chandra (2007), yaitu

1. Kualitas udara dan air, mencakup kebersihan udara di kafe serta penggunaan air bersih dalam kegiatan operasional
2. Pembuangan limbah, yang berkaitan dengan sistem pengelolaan sampah dan limbah cair

3. Kondisi tempat umum, meliputi kebersihan area makan, lantai dan toilet
4. Kebersihan makanan, mencakup proses penyimpanan serta penyajian makan dan minuman.

Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata terkait kebersihan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam sebagai data pendukung hasil kuesioner.

3.4.2 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya. Dengan kuesioner ini peneliti dapat memperoleh informasi langsung dari responden mengenai persepsi, pendapat dan juga pengalaman terhadap variabel yang diteliti. Metode kuesioner ini banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif karena mampu menjangkau responden yang banyak dalam waktu yang relatif singkat dan memungkinkan data yang dikumpulkan diolah secara statistik. Dalam penelitian ini kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk pengumpulan data untuk mengukur variabel suasana (X1), kebersihan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam.

3.4.3 Wawancara

Menurut Sugiyono (2019), wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung kepada responden atau pihak yang mengetahui informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Wawancara digunakan untuk memperoleh data yang lebih dalam mengenai pandangan, pengalaman dan

penilaian pelanggan terhadap suasana dan kebersihan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pelanggan yang dipilih secara acak setelah pelanggan selesai menikmati layanan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi tambahan yang dapat memperkuat hasil kuesioner dan observasi, sehingga peneliti dapat memahami bagaimana suasana dan kebersihan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji.

3.4.4 Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2019) studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka ini dilakukan untuk memperoleh landasan teori yang kuat dan memperdalam pemahaman peneliti terhadap variabel yang diteliti.

3.5 Teknik Analisis Instrumen

Proses analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh data terkumpul dari konsep dan meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

3.5.1 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana sebuah instrumen mampu mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, uji validitas ini digunakan untuk memastikan setiap butir pertanyaan pada kuesioner benar mewakili variabel yang diteliti sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya.

Menurut Sugiyono (2019) uji validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur apa yang akan diukur. Dengan kata lain, instrumen dikatakan valid jika pernyataan yang disusun dalam kuesioner mampu menggambarkan konsep dari variabel penelitian. Selanjutnya menurut Yasril Hidayat (2024) menjelaskan suatu survei dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang benar benar ingin diukur oleh survei. Dengan demikian setiap butir pertanyaan harus disusun berdasarkan indikator teori agar hasilnya sesuai dengan penelitian. Maka dapat disimpulkan bahwa uji validitas bertujuan untuk memastikan keakuratan dan ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen akan dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mampu menggambarkan konsep yang ingin diukur sesuai indikator teoritis.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 dengan metode korelasi *Pearson Product Moment* untuk menguji hubungan antara skor setiap item pernyataan dengan total skor variabel. Kriteria penentuan validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ pada taraf signifikansi 0.05 maka item pernyataan dikatakan valid
2. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil konsisten jika dilakukan pengukuran berulang terhadap objek yang sama. Reliabilitas menunjukkan tingkat kepercayaan suatu alat ukur, semakin tinggi reliabilitasnya maka akan semakin stabil dan dapat diandalkan hasil yang diperoleh dari sebuah instrumen.

Menurut Sugiyono (2019) reliabilitas merupakan tingkat konsistensi dari sebuah alat ukur dalam menghasilkan data. Instrumen yang reliabel adalah jika digunakan beberapa kali untuk mengukur sebuah objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Didukung pula oleh penjelesan Arikunto (2013) reliabilitas berhubungan dengan tingkat keajegan atau kestabilan hasil suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang relatif sama meskipun digunakan berkali kali dalam kondisi yang tidak sama.

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (*Cronbach's Alpha*) dengan bantuan program SPSS versi 25. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan

K = Jumlah item

σ_i^2 = varians tiap item

σ_i^2 = varians total

Kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka instrumen dinyatakan reliabel

b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian untuk memastikan model regresi yang dipakai layak digunakan dan sesuai dengan syarat-syarat dasar dalam analisis regresi. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan, yakni uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterosdastisitas

A. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) menjelaskan bahwa tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mengikuti distribusi normal. Sejalan dengan pendapat Santoso (2014), model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang dipakai dalam uji normalitas ini adalah rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria pengujianya adalah sebagai berikut :

a. Apabila nilai signifikansi > 0,05, maka data residual dikatakan berdistribusi normal.

b. Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka data residual dikatakan tidak berdistribusi normal.

B. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2014) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolinearitas, maka koefisien regresi menjadi tidak tentu dan kesalahan meningkat. Sejalan dengan pendapat Santoso (2018) multikolinearitas terjadi jika antar variabel independen terdapat hubungan linier yang tinggi sehingga sulit menentukan pengaruh masing masing variabel secara individu terhadap variabel dependen. Untuk mendeteksi atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, keputusan dengan melihat nilai *tolerance* :

- 1) Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* $> 0,10$.
- 2) Terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* $<$ atau $= 0,10$.

Melihat nilai *VIF (Variance Inflation Factor)*:

- 1) Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *VIF* $< 10,00$.
- 2) Terjadi multikolinieritas, jika nilai *VIF* $>$ atau $= 10,00$

C. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2017) menyatakan uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan

ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu metode yang umum digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai residual absolut terhadap variabel independen. Persamaan dasar metode Glejser dapat ditulis sebagai berikut:

$$|v_i| = \alpha + \beta X_i + v_i$$

Keterangan

$|v_i|$ = nilai residual absolut

X_i = variable independent

α, β = konstanta dan koefien regresi

v_i = error

- a. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan residual absolut dan dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan dan dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2019) analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan keadaan variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen dimanipulasi atau dinaikkan nilainya. Tujuan dari analisis ini adalah

untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing masing variabel independen berhubungan positif ataupun negatif. Serta untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Sejalan dengan pendapat Ghozali (2018) regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua tau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini juga bisa berguna untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (kepuasan pelanggan)

b = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien garis regresi

X_1, X_2 = Variabel independen

E = *error*/ variabel pengganggu

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji T

Menurut Lupiyoadi (2015) uji t-parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar-benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat.

Menurut Ghozali (2014) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh

pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menguji signifikansi penulis menggunakan rumus uji signifikansi korelasi sebagai berikut (Sugiono, 2015):

Rumus Uji T

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi t

r = koefisien relasi

n = jumlah responden penelitian

Rumus ini hanya digunakan untuk menjelaskan konsep pengujian signifikansi hubungan antara variabel independen dan dependen. Namun dalam penelitian ini perhitungan akan dilakukan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 untuk memperoleh nilai t hitung secara otomatis. Setelah didapat nilai t hitung melalui rumus di atas, maka untuk menginterpretasikan hasilnya, berlaku ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai t hitung > t tabel dan Sig < 0,05 maka Ho ditolak dan H1 diterima (variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen)
- b. Jika nilai t hitung < nilai t dan Sig > 0,05 maka Ho diterima dan H1 ditolak (variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen)

3.6.2 Uji F

Menurut Ghozali (2014) uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan besarnya perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variabel independen dalam model. Sejalan dengan pendapat Sugiono (2019) uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan Gujarati (2003) uji F bertujuan untuk menguji H_0 yang menyatakan bahwa seluruh koefisien regresi bernilai nol, dibandingkan dengan H_1 bahwa paling tidak terdapat satu koefisien regresi yang tidak sama dengan nol.

Secara matematis konsep dasar uji F dapat di jelaskan dengan rumus sebagai berikut

Uji F

$$F = \frac{R^2 (n-K-1)}{K(1-R^2)}$$

Keterangan :

$F = f$ – hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan f – tabel

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

N = Jumlah sampel penelitian

Namun dalam penelitian ini, perhitungan dilakukan menggunakan program SPSS Versi 25, yang secara otomatis menghasilkan nilai F hitung dan sig melalui tabel ANOVA

Hipotesis pengujian :

- A. Ho : tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen
- B. H1 : terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian:

a. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) dari output ANOVA :

- Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka Ho ditolak dan H1 diterima (artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan)
- Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka Ho diterima dan H1 ditolak (artinya tidak terdapat pengaruh signifikan)

b. Berdasarkan perbandingan nilai F hitung dan F tabel :

- Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka Ho ditolak dan H1 diterima
- Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka Ho diterima dan H1 ditolak

3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen

amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

32 Sejalan dengan pendapat Sugiono (2019), koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase perubahan pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. 53 Semakin besar nilai R^2 , maka semakin baik model regresi tersebut dalam mempredidksi variabel dependen. Adapun 22 kriteria penafsiran R^2 secara umum adalah sebagai berikut:

- a. $0 - 0,25$: Korelasi lemah (dianggap tidak ada)
- b. $0,26 - 0,50$: Korelasi cukup
- c. $0,51 - 0,75$: Korelasi kuat
- d. $0,76 - 1,00$: Korelasi sangat kuat

84

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Data

Pada bagian ini peneliti memberikan gambaran umum mengenai data yang digunakan dalam penelitian. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Data yang terkumpul diolah untuk mengetahui pengaruh suasana dan kebersihan terhadap kepuasan pelanggan.

4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam merupakan salah satu kafe dan restoran yang terkenal di kawasan Batu Aji, Kota Batam. Cabang ini merupakan bagian dari Kasta Coffee & Resto Bengkong yang lebih dahulu berdiri di tahun 2019. Kehadiran cabang Batu Aji menjadi langkah ekspansi *brand* Kasta untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, terutama di wilayah Batu Aji dan sekitarnya. Didirikan pada akhir tahun 2024 Kasta Coffee & Resto Batu Aji menghadirkan ruang bersantai dengan nuansa hangat serta pelayanan yang ramah sehingga cocok untuk tempat berkumpul yang nyaman bagi masyarakat lokal dan anak muda. Sejak awal berdirinya Kasta, mengusung konsep perpaduan antara kafe modern dan restoran keluarga, sehingga mampu menarik pelanggan dari berbagai kelompok usia.

Kasta Coffee & Resto pertama kali di dirikan pada periode Covid 19 pada tahun 2019, ketika masyarakat merasakan jenuh karena keterbatasan hiburan

83

56

akibat banyaknya tempat hiburan dan atraksi yang ditutup serta adanya pembatasan aktivitas. Dengan kondisi tersebut, Kasta hadir sebagai *coffeeshop* dan restoran dengan konsep *entertainment* berupa *live music* yang memberikan suasana baru bagi masyarakat yang membutuhkan tempat bersantai, melepas stres dan berkumpul dengan aman. Pada akhir 2024 Kasta Coffee & Resto mengambil langkah strategis dengan membuka cabang di Batu Aji. Keputusan ini didasarkan pada potensi pasar pada wilayah Batu Aji yang dinilai sangat sesuai dengan target *audiens* Kasta, serta minimnya kafe yang menawarkan konsep hiburan dan *live music* serupa .

Gambar 4. 1 Gambar Kasta Coffee & Resto Batu Aji



Kasta Coffee & Resto Batu Aji menawarkan beragam menu kopi, minuman modern hingga hidangan Nusantara dan *Western* yang sesuai dengan selera masyarakat Batam. Salah satu daya tarik utamanya adalah suasana yang *cozy*, dekorasi interior yang estetik serta adanya *live music* yang membuat pengalaman makan menjadi lebih menyenangkan. Seiring meningkatnya jumlah pengunjung Kasta Coffee & Resto terus mengembangkan inovasi dalam pelayanan, kebersihan dan kualitas penyajian. *Brand* ini juga memperluas

identitasnya melalui peluncuran Kasta Nusantara, cabang yang mengusung tema budaya Indonesia secara lebih kuat.

Hingga saat ini, Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam menjadi salah satu destinasi kuliner favorit di kawasan Batu Aji, tidak hanya karena kualitas makanan dan minumannya, tetapi juga karena konsistensi dalam menciptakan suasana yaang menyenangkan serta menjaga kebersihan lingkungan restoran.

4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi Kasta Coffee & Resto

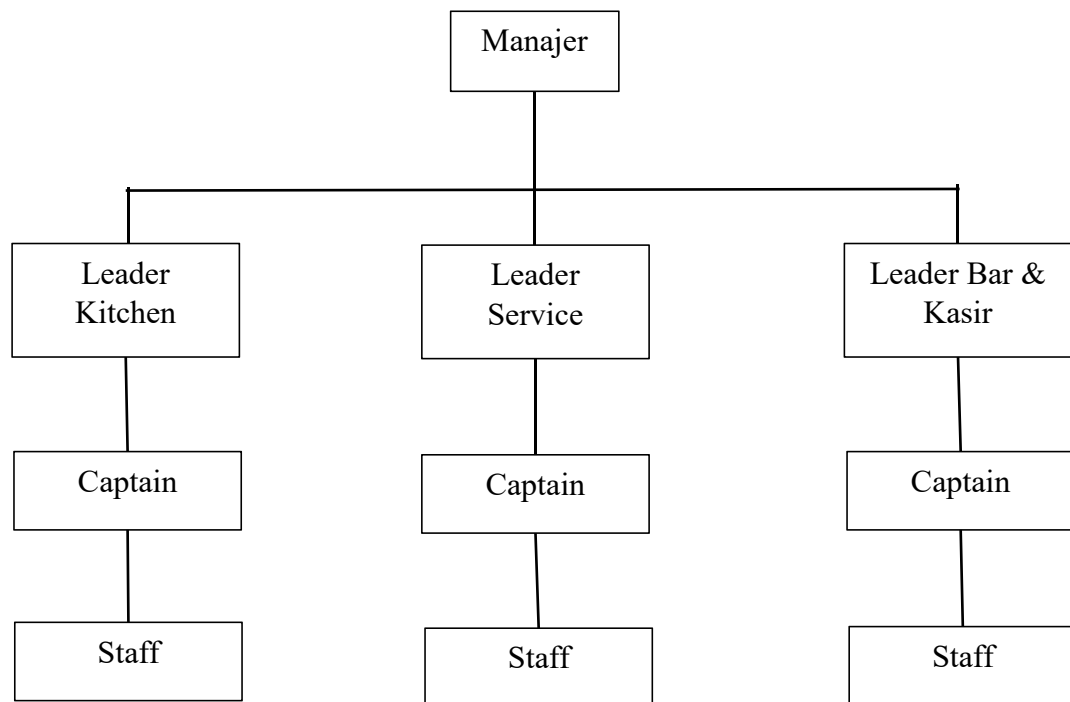
Menjadi *coffeeshop* dan restoran berkonsep *entertainment* terdepan di Batam yang dikenal luas oleh masyarakat, serta berkembang menjadi *brand* kuliner yang memiliki cabang dengan ciri khas sendiri setiap outletnya.

2. Misi Kasta Coffee & Resto

- A. Menyediakan pengalaman bersantai yang berbeda melalui perpaduan kafe modern, restoran keluarga dan hiburan *live music* sebagai identitas Kasta
- B. Mengembangkan jaringan usaha secara berkelanjutan seperti membuka cabang
- C. Menyuguhkan menu berkualitas baik kopi, minuman modern, hidangan nusantara, *western* dengan standar yang konsisten
- D. Menciptakan ruang dengan karakter khas di setiap cabang
- E. Meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

4.1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Kasta



4.1.1.5 Data Karakteristik Responden

Data karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil konsumen yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Profil responden penting untuk dipahami karena dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap suasana, kebersihan serta tingkat kepuasan mereka saat berkunjung ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Dalam penelitian ini, penulis membagikan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Jumlah tersebut ditentukan berdasarkan rumus *Slovin* dan dinilai telah mewakili populasi pengunjung. Pengumpulan data dilakukan secara online menggunakan *Google Form*, dengan penyebaran kuesioner mengikuti metode random sampling kepada individu yang memenuhi kriteria sebagai pelanggan Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam.

Karakteristik responden kemudian dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin dan frekuensi kunjungan. Ketiga kategori ini dipilih karena dianggap mampu memberikan informasi yang relevan mengenai perilaku konsumen serta kaitanya dengan suasana dan kebersihan restoran. Pengelompokan ini juga membantu peneliti dalam memahami pola kunjungan dan preferensi kosnumen yang mungkin berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 1 Umur Responden

UMUR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	14	14.0	14.0	14.0
	20-25 Tahun	59	59.0	59.0	73.0
	26-30 Tahun	21	21.0	21.0	94.0
	>30 Tahun	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 100 responden, diperoleh bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 20-25 tahun yang berjumlah 59 orang atau 59%. Kelompok usia ini merupakan usia produktif yang umumnya aktif berkunjung ke kafe dan restoran. Lalu sebanyak 14 responden atau 14% berusia di bawah 20 tahun. Kelompok usia ini biasanya terdiri dari pelajar atau remaja yang menjadikan kafe sebagai tempat berkumpul atau belajar. Sementara

21 responden atau 21% berada pada rentang usia 26-30 tahun yang merupakan kelompok usia dewasa muda yang cenderung memiliki daya beli stabil. Sisanya sebanyak 6 responden atau 6% berusia diatas 30 tahun menunjukkan bahwa meskipun segmen ini tidak dominan, Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam dikunjungi oleh pelanggan yang lebih dewasa.

Distribusi ini menunjukkan bahwa pelanggan Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam didominasi oleh kelompok usia muda. Hal ini sejalan dengan konsep kafe yang estetik, modern dan dapat menghadirkan suasana yang cocok bagi anak muda, sehingga relevan dengan fokus penelitian mengenai Pengaruh Suasana dan Kebersihan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki laki	46	46.0	46.0	46.0
	Perempuan	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa dari 100 responden yang terlibat dalam penelitian ini, sebanyak 54 responden atau 54% merupakan perempuan sedangkan 46 responden atau 46% merupakan laki laki. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih sedikit dominan dibandingkan

laki laki. Distribusi ini menggambarkan bahwa pengunjung Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam berasal dari jenis kelamin dengan proporsi yang relatif seimbang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan

Tabel 4. 3 Frekuensi Kunjungan Responden

FREKUENSI					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pertama kali	27	27.0	27.0	27.0
	1-2 Kali	44	44.0	44.0	71.0
	>2 kali	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah pelanggan yang pernah mengunjungi Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam sebanyak 1-2 kali yaitu sebanyak 44 responden atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen berada pada tahap kunjungan awal sampai kunjungan berulang dalam skala kecil, yang dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan loyalitas mereka melalui pengalaman yang konsisten dan memuaskan. Responden yang menyatakan bahwa mereka baru pertama kali mengunjungi Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam adalah 27 orang atau 27%. Tingginya persentase pengunjung baru mengindikasikan bahwa Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam memiliki daya tarik awal yang cukup baik, dari

segi promosi, lokasi maupun rekomendasi dari konsumen lain. Sementara itu, responden yang telah berkunjung lebih dari dua kali berjumlah 29 orang atau 29%. Persentase ini mencerminkan adanya kelompok pelanggan yang sudah merasa nyaman dan puas dengan layanan atau menu yang di tawarkan sehingga mereka kembali secara rutin

4. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai jawaban responden atas setiap pertanyaan atau pernyataan yang tercantum dalam kuesioner. Melalui analisis ini, peneliti dapat melihat kecenderungan, persepsi serta penilaian responden terhadap variabel yang diteliti. Data yang diperoleh akan dikelompokkan dan disajikan dalam bentuk statistik deskriptif agar mudah dipahami dan dianalisis. Dengan demikian analisis deskriptif membantu memberikan pemahaman awal mengenai bagaimana responden menilai masing-masing variabel penelitian.

A) Variabel Suasana

Variabel suasana diukur menggunakan sembilan pertanyaan yang berkaitan dengan penglihatan, pendengaran, penciuman serta ruang dan suhu. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 100 responden diperoleh gambaran mengenai bagaimana mereka menilai suasana yang ditawarkan oleh Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Rangkuman distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Variabel Suasana

No	Pernyataan	% Jawaban Responden					Total
		Pervariabel					
		STS	TS	N	S	SS	
1	Saya nyaman dengan pencahayaan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam	2	1	9	32	56	100
		2%	1%	9%	32%	56%	100%
2	Tata letak ruangan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam terlihat rapi	0	3	13	41	43	100
		0%	3%	13%	41%	43%	100%
3	Dekorasi interior Kasta Coffee & Resto menarik untuk dilihat	0	3	10	38	49	100
		0%	3%	10%	38%	49%	100%
4	Saya menikmati live music yang ada di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam	1	1	18	42	38	100
		1%	1%	18%	42%	38%	100
5	Saya merasa nyaman dengan volume musik latar di area indoor Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam	0	5	13	39	43	100
		0%	5%	13%	39%	43%	100%
6	Saya menyukai aroma kopi saat masuk ke Kasta Coffee &	1	1	21	31	46	100
		1%	1%	21%	31%	46%	100%

	Resto Batu Aji Batam						
7	Saya menyukai udara di Kasta Coffee & Resto Batu Aji yang segar tanpa bau tidak sedap.	2	1	13	37	47	100
		2%	1%	13%	37%	47%	100%
8	Saya merasa nyaman dengan suhu dalam ruangan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam	0	1	15	47	37	100
		0%	1%	15%	47%	37%	100%
9	Saya merasa jarak antar meja dan kursi di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam memberikan ruang gerak yang leluasa.	0	5	17	33	45	100
		0%	5%	17%	33%	45%	100%

B) Variabel Kebersihan (X2)

Variabel kebersihan diukur melalui delapan pertanyaan mengenai kualitas udara dan air, pembuangan limbah, kondisi rumah dan tempat umum serta kebersihan makanan. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan diperoleh gambaran mengenai bagaimana pelanggan menilai tingkat kebersihan yang diberikan oleh Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Rangkuman distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Variabel Kebersihan

No	Pernyataan	% Jawaban Responden Pervariabel					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1	Saya merasa air di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam terlihat bersih.	1	2	11	42	44	100
		1%	2%	11%	42%	44%	100%
2	Saya yakin air di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam aman di gunakan.	1	2	12	47	38	100
		1%	2%	12%	47%	38%	100%
3	Saya melihat tempat sampah di Kasta Coffee & Resto batu Aji Batam tersedia dalam kondisi bersih.	1	7	14	32	46	100
		1%	7%	14%	32%	46%	100%
4	Saya merasa limbah/sampah di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam di kelola dengan baik	1	4	25	33	37	100
		1%	4%	25%	33%	37%	100%
5	Saya merasa area makan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam selalu terjaga	2	2	12	37	47	100
		2%	2%	12%	37%	47%	100%

	kebersihannya						
6	Saya merasa toilet Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam bersih	1	3	13	42	41	100
		1%	3%	13%	42%	41%	100%
7	Saya merasa makanan yang disajikan di Kasta Coffee & Resto batu Aji Batam terjaga kebersihannya	0	1	7	45	47	100
		0%	1%	7%	45%	47%	100%
8	Saya merasa peralatan makan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam bersih dan higienis	0	0	10	41	49	100
		0%	0%	10%	41%	49%	100%

C) Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan jawaban responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan variabel kepuasan pelanggan, diperoleh gambaran mengenai sejauh mana pelanggan merasa puas saat berkunjung ke Kasta Coffee & resto Batu Aji Batam.

Rangkuman hasil jawaban responden atas setiap pernyataan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	% Jawaban Responden					Total
		Pervariabel					
		STS	TS	N	S	SS	
1	Saya puas dengan kualitas makanan dan minuman di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam	0	0	9	42	49	100
		0%	0%	9%	42%	49%	100%
2	Saya merasa makanan dan minuman di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam enak	1	0	15	38	46	100
		1%	0%	15%	38%	46%	100%
3	Saya puas dengan pelayanan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam	1	0	14	36	49	100
		1%	0%	14%	36%	49%	100%
4	Saya merasa karyawan Kasta Coffee & resto Batu Aji Batam melayani dengan ramah	0	1	12	47	40	100
		0%	1%	12%	47%	40%	100
5	Saya merasa senang saat berada di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam	2	0	14	43	41	100
		2%	0%	14%	43%	41%	100%

6	Saya merasa rileks saat berada di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam	0	2	14	45	39	100
		0%	2%	14%	45%	39%	100%
7	Harga produk di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam sesuai dengan kualitas yang saya dapatkan.	0	4	15	42	39	100
		0%	4%	15%	42%	39%	100%
8	Saya merasa harga di Kasta Coffee resto Batu Aji Batam terjangkau	2	5	12	39	42	100
		2%	5%	12%	39%	42%	100%
9	Lokasi Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam mudah di jangkau	1	5	12	38	44	100
		1%	5%	12%	38%	44%	100%
10	Saya merasa biaya yang saya keluarkan untuk datang ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam masih wajar	2	2	16	35	45	100
		2%	2%	16%	35%	45%	100%

4.1.2 Analisis Data

4.1.2.1 Teknik Analisis Instrumen

Pada tahap ini peneliti melakukan analisis instrumen untuk memastikan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner merupakan alat ukur yang baik, tepat dan dapat dipercaya. Analisis instrumen dilakukan sebelum pengujian hipotesis untuk memastikan kualitas data yang digunakan dalam penelitian. Dalam analisis instrumen dilakukan dua pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil uji validitas dan reliabilitas yang memenuhi kriteria menunjukkan bahwa instrumen penelitian layak digunakan untuk mengumpulkan data dan dianalisis lebih lanjut.

1. Uji Validitas

Setelah data penelitian yang berupa jawaban kuesioner dari responden penelitian dikumpulkan, selanjutnya dilakukan tabulasi data dan dilakukan pengujian terhadap kualitas data yang dikumpulkan tersebut. Pengujian kualitas data dilakukan dengan uji validitas. Pengujian validitas membandingkan nilai r hitung dan r tabel dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut.

A. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dinyatakan valid

B. Jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen dinyatakan tidak valid

Dengan jumlah responden sebesar 100 orang, nilai r tabel pada taraf signifikansi 0.05 dan derajat kebebasan ($df = N-2 = 98$) adalah 0,197. dengan

demikian apabila nilai r hitung lebih besar dari 0,197 maka butir pernyataan dapat dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS, seluruh item pada variabel suasana, kebersihan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,197). dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid. Berikut hasil uji validitas dari masing masing variabel.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Suasana	X1.1	0,624	0,197	Valid
	X1.2	0,595	0,197	Valid
	X1.3	0,490	0,197	Valid
	X1.4	0,674	0,197	Valid
	X1.5	0,699	0,197	Valid
	X1.6	0,581	0,197	Valid
	X1.7	0,681	0,197	Valid
	X1.8	0,536	0,197	Valid
	X1.9	0,559	0,197	Valid
Kebersihan	X2.1	0,528	0,197	Valid
	X2.2	0,600	0,197	Valid
	X2.3	0,710	0,197	Valid

	X2.4	0,766	0,197	Valid
	X2.5	0,530	0,197	Valid
	X2.6	0,694	0,197	Valid
	X2.7	0,550	0,197	Valid
	X2.8	0,482	0,197	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,517	0,197	Valid
	Y2	0,562	0,197	Valid
	Y3	0,437	0,197	Valid
	Y4	0,600	0,197	Valid
	Y5	0,521	0,197	Valid
	Y6	0,579	0,197	Valid
	Y7	0,615	0,197	Valid
	Y8	0,638	0,197	Valid
	Y9	0,521	0,197	Valid
	Y10	0,618	0,197	Valid

Berdasarkan tabel diatas, seluruh item pada ketiga variabel memiliki r hitung $> r$ tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan layak untuk digunakan dalam tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan alat ukur yang digunakan dalam kuesioner. Pengujian dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 dengan metode *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut.

A. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ maka variabel dinyatakan reliabel

B. Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka dinyatakan tidak reliabel

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha yang disarankan	Keterangan
1	Suasana	0,784	0,6	Reliabel
2	Kebersihan	0,761	0,6	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,756	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian adalah reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.1.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil analisis

dapat dipercaya. Beberapa asumsi yang diuji meliputi uji normalitas, uji multikolinearitaas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa data residual berdistribusi normal, tidak terjadi korelasi tinggi antar variabel independen

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang residuaalnya berdistribusi atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov - Smirnov* dengan bantuan SPSS versi 25.

Kriteria pengujianya adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka data residual dikatakan berdistribusi normal.
- b. Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka data residual dikatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	2.76244540
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.064
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.087
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.091
	99% Confidence Interval	.084
	Lower Bound	.099
	Upper Bound	
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.		

Dari uji *Kolmogorov Smirnov* diperoleh nilai signifikansi 0,87, yang lebih besar dari 0.05. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan yang tinggi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari multikolinearitas sehingga setiap variabel bebas menjelaskan pengaruhnya secara individual terhadap variabel dependen. Pengujian multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation*. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut

1. Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai *tolerance* $<$ atau $= 0,10$ maka terjadi multikolinearitas
2. Jika $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika $VIF >$ atau $= 10,00$ maka terjadi multikolinearitas

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.511	1.958
	X2	.511	1.958
a. Dependent Variable: Y			

Seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,511 dan VIF sebesar 1,958 nilai ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami

multikolinearitas sehingga hubungan antara variabel independen masih dalam batas wajar dan tidak saling memengaruhi secara berlebihan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki ketidaksamaan varians pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau memiliki varians yang tetap (homokedastisitas). pada penelitian pengujian dilakukan menggunakan uji *Glejser*, yaitu dengan meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut

- a. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan residual absolut dan dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan dan dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.552	1.501		1.701	.092
	Suasana	.022	.051	.063	.443	.659
	Kebersihan	-.035	.056	-.088	-.620	.537
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Berdasarkan tabel diatas, seluruh variabel memiliki nilai signifikansi diatas 0,05. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk dianalisis lebih lanjut.

4.1.2.3 Analisi Regresi linier Berganda

Analisis regresi liner berganda digunakan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel independen suasana (X1) dan kebersihan (X2) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). Melalui analisis ini, peneliti dapat melihat arah hubungan masing masing variabel apakah positif atau negatif serta mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan oleh setiap variabel independen dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25 sehingga diperoleh nilai konstanta,

koefisien regresi, nilai signifikansi dan parameter lainnya yang membentuk model regresi.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.287	2.563		3.623	<.001
	Suasana	.530	.087	.524	6.109	<.001
	Kebersihan	.380	.096	.338	3.941	<.001
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel *Coefficients*, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = 9,287 + 0,530 X_1 + 0,380 X_2 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan hubungan antara suasana dan kebersihan terhadap kepuasan pelanggan, dengan interpretasi sebagai berikut

1. Nilai konstanta ($a = 9,287$). artinya apabila variabel independen dianggap bernilai 0, maka nilai dasar kepuasan pelanggan sebesar 9,287

2. Nilai koefisien regresi suasana sebesar 0,530 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel suasana akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,530 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

3. Nilai koefisien regresi kebersihan sebesar 0,380 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel kebersihan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,380 satuan.

4. Standar error merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan kedalam persamaan.

4.1.2.4 Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen yaitu suasana (X1) dan kebersihan (X2) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) secara parsial. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS sehingga nilai t hitung dan signifikan dapat diperoleh dari tabel *coefficients*.

Nilai t tabel diperoleh dari ketentuan

$$df = n - k = 100 - 3 = 97$$

Dengan $\alpha = 0,005$, maka t tabel adalah 1,985

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

A. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $Sig < 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

B. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $Sig > 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 13 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.287	2.563		3.623	<.001
	Suasana	.530	.087	.524	6.109	<.001
	Kebersihan	.380	.096	.338	3.941	<.001
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel *Coefficients* diperoleh nilai sebagai berikut :

1. Variabel suasana diketahui memiliki nilai t_{hitung} (6,109) > t_{tabel} (1,985) dan nilai $sig < 0,001$ lebih kecil dari 0,05. Artinya suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Variabel kebersihan diketahui memiliki nilai t hitung (3,941) > t tabel (1,985) dengan nilai sig < 0,001 lebih kecil dari 0,05. artinya kebersihan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yaitu suasana (X1) dan Kebersihan (X2) secara bersama-sama atau stimultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y). pengujian dilakukan berdasarkan output tabel ANOVA yang dihasilkan melalui program SPSS.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

A. Jika nilai f hitung > f tabel dan sig < 0,05 maka terdapat pengaruh signifikan secara stimultan

B. Jika f hitung < f tabel dan nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh signifikan.

Tabel 4. 14 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1319.561	2	659.780	84.713	<.001 ^b
	Residual	755.479	97	7.788		
	Total	2075.040	99			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

b. *Predictors:* (Constant), Kebersihan, Suasana

Diketahui F hitung sebesar 84,713 dengan signifikansi < 0,001. F tabel dapat diperoleh sebagai berikut:

$$F \text{ tabel} = n - k - 1 : k$$

$$= 100 - 2 - 1 : 2$$

$$= 97 : 2$$

$$= 3,09$$

Dengan demikian diketahui F hitung (84,713) > F tabel (3,09) dengan sig < 0,001. artinya variabel suasana dan kebersihan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R²) diperoleh melalui output Model Summary pada program SPSS.

Kriteria penafsiran R² secara umum adalah sebagai berikut

a. 0 – 0,25 : Korelasi lemah (dianggap tidak ada)

b. 0,26 – 0,50 : Korelasi cukup

c. 0,51 – 0,75 : Korelasi kuat

d. 0,76 – 1,00 : Korelasi sangat kuat

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.636	.628	2.791
a. Predictors: (Constant), Kebersihan , Suasana				

Menurut tabel diatas nilai R2 sebesar 0,636 menunjukkan 63,6% variasi pada variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen. Sementara itu sisanya 36,4 dijelaskan faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian. Nilai R2 sebesar 0,636 berada pada kategori 0,51 - 0,75 yang menurut kriteria penafsiran termasuk dalam kategorui korelasi kuat.

4.1.3 Pembahasan

1. Pengaruh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji

Berdasarkan hasil uji T diketahui bahwa variabel suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik suasana yang dirasakan pelanggan meliputi pencahayaan, tata letak ruangan, dekorasi, aroma, musik dan kenyamanan ruang dan suhu maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini juga selaras dengan

55 beberapa penelitian terdahulu dari Yasril Hidayat (2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Cita Rasa dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene” menyatakan bahwa suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 36 Begitu juga dengan Juliana Nur Safitri yang menemukan dalam Penelitiannya “Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap 2 Kepuasan Konsumen di Kedai Filosofi Kopi Yogyakarta “ bahwa suasana kafe 56 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

104 2. Pengaruh Kebersihan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis variabel kebersihan diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa 5 semakin bersih lingkungan Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Kebersihan lingkungan yang dimaksud meliputi kebersihan area makan, toilet, pengelolaan sampah, air, serta peralatan makan yang digunakan.

4 Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti dalam 49 penelitian Harjanto (2010) yang menemukan bahwa kebersihan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang. Begitu juga dengan Setiawan dalam penelitiannya membuktikan jika 32 Kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Miniresto Dyno Chicken.

3. Pengaruh Suasana dan Kebersihan Secara Stimultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa suasana dan kebersihan secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Hasil ini menggambarkan bahwa suasana yang nyaman dan kebersihan yang terjaga merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Harjanto (2010) yang menunjukkan bahwa faktor lingkungan seperti suasana dan kebersihan secara stimultan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan restoran.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat dilihat jelas secara simultan (bersama) bahwa variabel suasana dan kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara parsial (masing - masing) variabel suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan begitu juga variabel kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penjelasan masing masing pengaruh variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & resto Batu Aji Batam.
2. Kebersihan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batui Aji batam.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu :

5.2.1 Bagi perusahaan

A.Diharapkan Kasta Coffee & resto Batu Aji Batam dapat meningkatkan konsistensi suasana kafe terlebih lagi pada jam sibuk.

B.Diharapkan Kasta Coffee & Resto Batu Aji dapat meningkatkan kebersihan area umum seperti meja makan, lantai, area outdoor dan juga toilet

C.Diharapkan Kasta Coffee & Resto Batu Aji dapat meningkatkan pelayanan dari staff.

D.Diharapkan Kasta Coffee & Resto Batu Aji dapat melakukan evaluasi rutin terkait kepuasan pelanggan.

5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi contoh dan menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

Affia, G. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Kebersihan Makanan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Shop di Solo*.

Aritonang, L. R. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azwar, A. (1996). *Pengantar Ilmu Kesehatan Lingkungan*. Jakarta: Mutiara Sumber Widya.

Depkes RI. (2004). *Buku Ajar Dasar-dasar Kesehatan Lingkungan*. Jakarta: Departemen Kesehatan RI.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati, D. N. (2003). *Ekonometrika Dasar* (Edisi Keempat). Jakarta: Erlangga.

Harjanto, R. N. (2010). *Analisis Pengaruh Harga Produk, Kebersihan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang*.

Hidayat, Y. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian Sosial*. Bandung: Alfabeta.

Hidayat, Y. (2024). *Pengaruh Cita Rasa dan Suasana terhadap Kepuasan Konsumen pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene*.

Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Lupiyoadi, R. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

4 Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.

Notoatmodjo, S. (2011). *Kesehatan Masyarakat: Ilmu dan Seni*. Jakarta: Rineka Cipta.

120 Poerwadarminta, W. J. S. (2006). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

128 Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

2 Safitri, J. N. (2021). *Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Filosofi Kopi Yogyakarta*.

77 Santoso, S. (2018). *Panduan Lengkap SPSS Versi 25*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

61 Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.

Sunaryo. (2004). *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.

67 Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

77 Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.

89 Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

78 Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service Management: Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi.

50

Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.

Walgito, B. (2004). *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi.

LAMPIRAN

Attach a recent photograph here	CURRICULUM VITAE			
First Name	:	Etika		
Last Name	:	Refikanzyah		
Address	:	Kapta Grand Valley Blok B4 No.7 Sagulung, Batu Aji		
Gender	:	Female		
Place, Date of Birth	:	Pacitan, 17 June 2001		
Religion	:	Islam		
Email	:	Etikarefi@gmail.com		
EDUCATION				
Month Year Start	Month Year End	School Name	Location	Qualification Obtained
2016	2019	Senior High School I Ngadirojo	Pacitan	
2022	Now	Batam Tourism Polytechnic	Batam	
EXPERIENCE				
Month Year Start	Month Year End	Company	Location	Qualification Obtained
2023	2024	Rosewood Hongkong	Hongkong	
2024	2025	Sindo Ferry Pte Ltd	Batam	
SKILL HIGHLIGHTS				
Hard Skill		Soft Skill		
Microsoft Office		Hotel Skill		

Adobe Photoshop, Illustrator and Canva	Negotiation
Capcut and VN	Teamwork
CERTIFICATIONS	
1. Certificate of Competence Level III Waitress	

SURAT PENGANTAR PENELITIAN

Lampiran : 1 berkas

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Dengan hormat,

Perkenalkan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Etika Refikanzyah

NIM : 2022020030

Program Studi : Manajemen Tata Hidang

Institusi : Batam Tourism Polytechnic

Dalam rangka penyelesaian Proyek Akhir, saya bermaksud untuk melakukan penelitian lapangan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam pada Senin, 24 November 2025. Adapun kegiatan penelitian akan meliputi :

1. Wawancara singkat dengan pengunjung
2. Wawancara singkat dengan manajemen/staff
3. Observasi suasana dan kebersihan area (ruang makan, toilet dan dapur)

Besar harapan kami pihak manajemen bersedia memberikan izin dan dukungan agar penelitian ini dapat terlaksana. Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Hormat Kami

Etika Refikanzyah

KUISIONER

PENGARUH SUASANA DAN KEBERSIHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KASTA COFFEE & RESTO BATU AJI

1. Identitas Responden

Nama :

Usia : < 20 tahun 26 – 30 tahun

20 – 25 tahun > 30 tahun

Jenis Kelamin : Laki – laki Perempuan

Frekuensi kunjungan ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji

Pertama kali 1 – 2 kali

Lebih dari 2 kali

2. Petunjuk Pengisian

Terima kasih atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini. Berilah tanda (✓) pada pilihan jawaban yang sesuai pada kolom isian yang tersedia. Penilaian ini bertujuan semata mata untuk keperluan Ilmu Pengetahuan dan keperluan skripsi, diharapkan Saudara/i dapat memberikan jawaban sesuai situasi dan kondisi yang sesungguhnya.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan pada skala berikut

NO	PERNYATAAN	SKOR
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat setuju (SS)	5

VARIABEL SUASANA (X_1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Visual (penglihatan)					
1	Saya nyaman dengan pencahayaan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam					
2	Tata letak ruangan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam terlihat rapi					
3	Dekorasi interior Kasta Coffee & Resto menarik untuk dilihat					
	Auditory (pendengaran)					
4	Saya menikmati live music yang ada di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam					
5	Saya merasa nyaman dengan volume musik latar di area indoor Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam					
	Olfactory (penciuman)					
6	Saya menyukai aroma kopi saat masuk ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam					
7	Saya menyukai udara di Kasta Coffee & Resto Batu Aji yang segar tanpa bau tidak sedap.					
	Spatial & Temperature (ruang dan suhu)					
8	Saya merasa nyaman dengan suhu dalam ruangan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam					
9	Saya merasas jarak antar meja dan kursi di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam memberikan ruang gerak yang leluasa.					

VARIABEL KEBERSIHAN (X_2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Kualitas udara dan air					
1	Saya merasa air di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam terlihat bersih.					
2	Saya yakin air di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam aman di gunakan.					
	Pembuangan Limbah					
3	Saya melihat tempat sampah di Kasta Coffee & Resto batu Aji Batam tersedia dalam kondisi bersih.					
4	Saya merasa limbah/sampah di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam di kelola dengan baik					
	Kondisi rumah dan tempat umum					
5	Saya merasa area makan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam selalu terjaga kebersihannya					
6	Saya merasa toilet Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam bersih					
	Kebersihan makanan					
7	Saya merasa makanan yang disajikan di Kasta Coffee & Resto batu Aji Batam terjaga kebersihannya					
8	Saya merasa peralatan makan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam bersih dan higienis					

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
----	------------	-----	----	---	---	----

	Kualitas produk					
1	Saya puas dengan kualitas makanan dan minuman di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam					
2	Saya merasa makanan dan minuman di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam enak					
	Kualitas Pelayanan					
3	Saya puas dengan pelayanan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam					
4	Saya merasa karyawan Kasta Coffee & resto Batu Aji Batam melayani dengan ramah					
	Faktor Emosional					
5	Saya merasa senang saat berada di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam					
6	Saya merasa rileks saat berada di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam					
	Harga					
7	Harga produk di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam sesuai dengan kualitas yang saya dapatkan.					
8	Saya merasa harga di Kasta Coffee resto Batu Aji Batam terjangkau					
	Biaya dan Kemudahan					
9	Lokasi Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam mudah di jangkau					
10	Saya merasa biaya yang saya keluarkan untuk datang ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam masih wajar					

123

HASIL WAWANCARA MANAJER KASTA COFFEE& RESTO BATU AJI

A. Identitas Informan

Nama : Agus Fuad

Jabatan : Manajer Outlet

Tanggal Wawancara : Senin, 24 November 2025

Lokasi : Kasta Coffee & Resto Batu Aji

Jenis Wawaancara : Wawancara langsung

B. Daftar Pertanyaan dan Jawaban

1. Kapan Kasta Pertama kali berdiri ?

Jawaban :

Kasta pertama kali berdiri sekitar tahun 2019. Pada masa pandemi sedang terjadi dan para owner melihar peluang unutm membuka kafe dengan konsep hiburan karena masyarakat sulit menemukan tempat *entertainment*.

2. Dari mana asasl ide berdirinya Kasta Coffee & Resto?

Jawaban :

Ide Kasta muncul dari minat owner yang memiliki latar belakang bisnis kuliner. Beberapa owner juga memiliki usaha F&B lain dseperti Deepsea dan Kopak Jaya. Melihat peluang pada masa pandemi, mereka berinisiatif membuka kafe dengan konsep Bali dan *entertainment*.

3. Mengapa Kasta membuka cabang di Batu Aji?

Jawaban:

Pemilihan Batu Aji didasarkan pada pemetaan bisnis. Alasannya:

- A. Segmen pasar wilayah ini adalah *middle low*, sesuai dengan positioning Kasta
- B. Di Batu Aji belum ada kafe besar dengan konsep *entertainment* seperti Kasta
- C. Kasta menjadi kafe terbesar dan satu - satunya yang menyediakan *live music* di kawasan Tembesi - Batu Aji
- D. Target pasarnya luas : remaja, mahasiswa hingga keluarga

4. Bagaimana perkembangan Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam sejak dibuka

Jawaban :

Perkembangannya cukup baik. Banyak pelanggan baru berdatangan dan beberapa pelanggan lama masih loyal. Pada bulan Mei dan Juni 2025 total pelanggan mencapai 6.728 orang. Kasta juga terus melakukan pengembangan, seperti bekerja sama dengan perusahaan lain dan menyesuaikan konsep *live music*.

5. Apa visi dan misi Kasta Coffee & Resto?

Jawaban:

Visi Kasta adalah menjadi *coffee shop* dengan konsep *entertainment* yang dikenal luas di Batam dan memiliki banyak cabang.

Misinya :

- A. Memberikan pengalaman hiburan bagi pengunjung
- B. Menjadi pionir *Coffee Shop* dengan *Live Music*

C. Mengembangkan outlet melalui Kasta Group

6. Bagaimana standar *live music/entertainment* di Kasta?

Jawaban:

A. Lagu yang diputar adalah top 40

B. Pelanggan bisa request lagu, karaoke atau jamming (kecuali malam minggu)

C. Peralatan *sound system* dan lighting menggunakan standar tinggi setara klub

D. Live music ditujukan untuk memberi hiburan dan wadah ekspresi bagi pelanggan

7. Apa yang paling disukai pelanggan dari suasana Kasta?

Jawaban:

Sebagai besar pelanggan datang untuk hanya makan dan minum tetapi untuk:

A. Menikmati musik

B. Berkumpul teman /keluarga

C. Menikmati suasana dan interior yang nyaman

8. Bagaimana standar kebersihan di Kasta

Jawaban:

A. Toilet dibersihkan siang dan malam setiap hari

B. Stock toiletries (tisu dan sabun) selalu di cek

C. Dapur dibersihkan oleh staff opening dan closing

D. Setiap meja yang ditinggalkan pelanggan harus segera di *clear up*.

Supervisor dan manajer juga akan turut membantu dalam *clear up* jika staff kewalahan. Kebersihan meja dan lantai selalu dipantau agar tidak ada area yang terlewat.

9. Apakah ada SOP terkait grooming dan kebersihan karyawan?

Jawaban :

Ada *handbook* grooming khusus. Standar grooming mencakup:

A. Seragam wajib

B. Rambut rapi

C. Make-up natural

D. Kebersihan pribadi

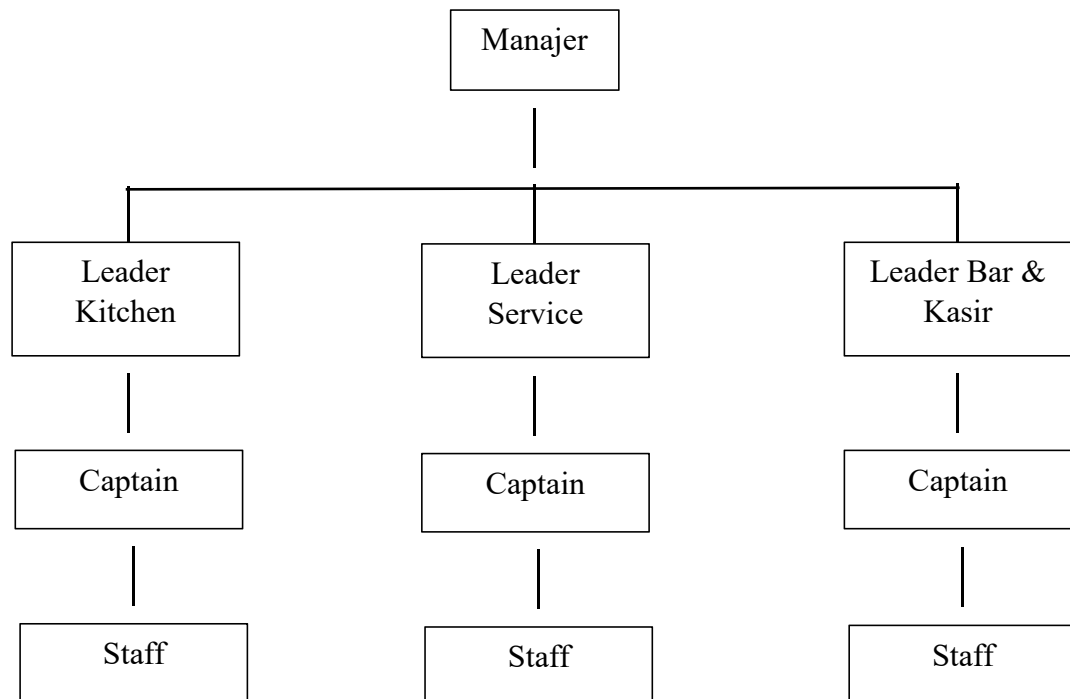
10. Apakah Kasta menerima banyak keluhan atau komplain?

Jawaban :

Keluhan jarang terjadi. Kasta lebih banyak menerima *feedback* positif. Selain itu Kasta memiliki program setiap staff wajib mengumpulkan *google review* setiap minggu sehingga kini review meningkat dari puluhan menjadi 2000 ulasan.

11. Bagaimana struktus organisasi Kasta Coffee & Resto Batiu Aji ?

Jawaban :



HASIL WAWANCARA PELANGGAN KASTA COFFEE& RESTO BATU AJI

A. Identitas Informan

Nama : Benny Lu

Status : Pelanggan

Tanggal Wawancara : Senin, 24 November 2025

Lokasi : Kasta Coffee & Resto Batu Aji

Jenis Wawancara : Wawancara langsung

1. Pembuka

Penanya : Boleh tahu nama kakak siapa?

Informan : Nama saya Benny Lu

Penanya : Apakah ini pertama kali kakak datang ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji ?

Informan : Iya benar, ini pertama kalinya saya ke Kasta Batu Aji.

2. Suasana

Penanya : Bagaimana pencahayaan dan dekorasi Kasta Coffee & Resto Batu Aji?

Informan : Pencahayaan disini terang, jadi enak untuk kerja. Dekorasinya juga sangat enak dipandang.

Penanya : Bagaimana tata letak dan kerapian ruangan?

- Informan : Ruanganya sangat rapi, baik *indoor* maupun *outdoor*
- Penanya : Apakah kakak suka dengan interior dan nuansa Kasta ?
- Informan : Sangat suka, karena dekorasinya terlihat seperti mewah
- Penanya : Untuk *live music*, bagaimana menurut kakak?
- Informan : Musiknya kadang agak terlalu keras, tetapi tidak mengganggu
- Penanya : Bagaimana aroma di Kasta Coffee & Resto Batu Aji?
- Informan : Aroma kopi tidak terlalu terasa, lebih terasa aroma makanan.
- Penanya : Bagaimana kebersihan udara di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam?
- Informan : Kebersihan udara lumayan bagus, tidak ada polusi dari kendaraan atau sampah
- Penanya : Bagaimana dengan suhu ruangan?
- Informan : Untuk di area indoor agak panas.
- Penanya : Bagaimana dengan *table set up* di Kasta Coffee & Resto Batu Aji?
- Informan : Bagus, jaraknya pas dan tidak mengganggu pendatang lain.

3. Kebersihan

- Penanya : Bagaimana kebersihan area makanan?
- Informan : Kasta sangat bersih, bahkan lebih bersih dari kafe pada umumnya
- Penanya : Bagaimana dengan kebersihan toilet?

Informan : Kebersihan toilet cukup bagus, perlengkapan kebersihan seperti tisu dan sabun tersedia.

Penanya : Bagaimana dengan kebersihan makanan dan minuman yang dipesan?

Informan : Kebersihannya bagus, saya tidak menemukan rambut ataupun kotoran lainnya

Penanya ; Apakah peralatan makan bersih dan higienis?

Informan : Ya, peralatan makan bersih dan higienis

Penanya : Apakah staff membersihkan meja setelah pelanggan selesai?

Informan : Cukup cepat, beberapa menit setelah pelanggan pergi langsung dibersihkan.

4. Kepuasan Pelanggan

Penanya : Bagaimana kualitas makanan dan minuman?

Informan : Sangat enak.

Penanya : Bagaimana pelayanan staff?

Informan : Pelayanan staff cukup ramah dan cepat

Penanya : Bagaimana perasaan kakak saat berada di Kasta Coffee & Resto Batu Aji ?

Informan : Saya merasa nyaman dan tenang

Penanya : Bagaimana dengan harga menu menurut kakak?

Informan : Untuk harga makanan dan minuman hampir sama dengan *coffee shop* pada umumnya, masih terjangkau.

Penanya : Apakah lokasi Kasta Coffee & Resto Batu Aji mudah ditemukan?

Informan : Menurut saya untuk orang yang pertama kali datang, lokasinya mudah di temukan apalagi sudah tersedia di *google maps*.

Penanya : Secara keseluruhan, apa kakak puas nongkrong di Kasta Coffee & Resto Batu Aji?

Informan : Sangat puas

Penanya : Apa hal yang kakak suka dari Kasta Coffee & Resto Batu Aji?

Informan : Saya suka dengan interior dan suasana *live music*

Penanya : Apa ada saran untk Kasta Coffee & Resto Batu Aji?

Informan : Untuk penanda arah menuju Kasta Coffee & Resto Batu Aji mungkin bisa di perbesar lagi. Agar customer bisa melihat dari jauh.

5. Penutup

Penanya : Apakah kakak akan datang lagi ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji?

Informan : Pasti akan datang lagi, karena saya suka dengan suasana dan makananya yang enak.

Penanya : Apakah kakak akan merekomendasikan Kasta Coffee & Resto Batu Aji ke teman atau keluarga?

Informan : Pastinya saya akan merekomendasikan.

HASIL OLAHAN DATA PENELITIAN

Tabulasi Jawaban Responden

Data Kuesioner Suasana

Res	Suasana X1									TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	
1	5	4	5	4	5	5	5	4	5	42
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	32
4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	37
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	41
6	3	4	5	3	3	4	2	3	3	30
7	3	3	2	4	3	3	1	3	4	26
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
9	4	3	4	5	4	5	3	4	4	36
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
11	5	5	4	4	5	5	5	4	5	42
12	5	4	4	5	4	5	4	4	5	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
14	3	3	4	3	2	3	3	4	2	27
15	4	3	5	3	3	4	4	4	4	34
16	4	4	5	4	5	5	5	4	4	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
18	5	4	3	4	4	4	5	5	4	38
19	1	3	3	3	3	3	3	3	2	24
20	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38

21	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
22	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
23	4	4	3	4	5	5	4	3	5	37
24	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
25	5	4	5	4	5	5	4	5	4	41
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
28	3	5	5	3	4	5	5	5	5	40
29	5	4	4	5	4	4	4	5	3	38
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
31	5	4	5	4	5	4	5	3	4	39
32	5	3	4	5	4	5	5	4	3	38
33	4	5	4	4	3	5	5	4	4	38
34	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
37	5	4	5	3	4	2	3	4	4	34
38	4	3	4	3	4	5	5	4	3	35
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	5	5	3	3	2	1	5	5	3	32
41	4	5	5	4	5	4	4	5	3	39
42	5	4	5	4	4	5	4	4	3	38
43	4	5	5	4	5	3	3	4	5	38
44	4	5	5	4	5	3	4	4	2	36
45	5	4	4	5	5	4	5	5	3	40
46	4	5	5	4	5	3	4	4	2	36

47	5	5	4	5	4	4	5	4	3	39
48	4	4	5	4	4	3	4	5	4	37
49	5	3	2	4	5	4	5	5	4	37
50	4	5	4	4	3	5	4	3	5	37
51	5	5	4	4	5	3	5	5	4	40
52	4	4	5	3	5	5	4	3	5	38
53	2	3	4	4	3	5	5	4	5	35
54	5	5	4	4	5	4	3	4	4	38
55	5	4	5	5	4	3	4	3	4	37
56	4	5	5	4	5	4	5	4	5	41
57	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
58	5	4	3	4	4	3	4	5	5	37
59	4	3	4	2	2	3	4	4	5	31
60	4	4	3	1	2	3	3	4	2	26
61	4	4	5	3	5	5	4	3	3	36
62	4	3	3	5	4	3	4	4	5	35
63	3	2	3	5	5	4	4	5	5	36
64	4	4	5	3	3	4	4	3	5	35
65	5	4	2	3	4	5	5	4	5	37
66	5	5	5	3	2	3	1	4	5	33
67	5	2	3	5	4	5	4	5	5	38
68	1	2	5	4	5	3	5	4	5	34
69	5	5	4	4	5	5	4	5	3	40
70	4	5	5	4	4	5	3	4	4	38
71	5	4	5	4	4	5	4	4	3	38
72	3	4	5	4	5	4	5	4	4	38

73	5	4	5	5	4	3	3	4	3	36
74	5	5	4	4	5	4	5	3	4	39
75	5	5	4	3	5	4	4	4	5	39
76	5	5	5	4	4	3	5	4	4	39
77	5	4	4	5	4	4	5	5	4	40
78	4	5	5	4	4	4	5	5	5	41
79	5	4	4	5	5	3	4	4	4	38
80	4	4	5	4	4	5	5	3	5	39
81	4	5	4	4	5	3	5	5	4	39
82	5	5	4	5	5	4	5	3	5	41
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
84	5	5	4	5	3	5	4	4	5	40
85	5	5	4	5	4	3	4	5	4	39
86	5	5	4	5	4	5	5	4	3	40
87	4	3	4	4	5	4	3	2	4	33
88	5	4	4	5	4	5	5	4	5	41
89	5	5	4	3	4	5	4	5	4	39
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
92	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
93	5	4	4	5	4	4	4	3	4	37
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
95	5	4	4	3	3	5	3	4	4	35
96	5	5	5	4	4	5	5	5	4	42
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

99	3	4	3	4	3	4	4	4	3	32
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

Data Kuesioner Kebersihan (X2)

Res	Kebersihan (X2)								Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	5	4	5	4	4	5	4	5	36
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	3	4	3	4	3	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	5	4	4	4	4	34
6	4	4	3	3	4	3	4	3	28
7	3	4	3	4	3	3	4	3	27
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	3	5	5	3	4	4	4	33
10	5	5	5	5	5	5	5	4	39
11	5	4	5	5	4	5	4	4	36
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	4	4	3	3	3	3	3	4	27
15	4	4	3	3	4	3	4	4	29
16	5	4	4	4	5	4	3	3	32
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	4	4	3	4	3	3	5	30
19	4	2	4	4	5	3	4	5	31

20	5	4	4	5	5	4	5	5	37
21	4	5	5	5	5	4	4	5	37
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24
23	5	5	5	5	5	4	4	4	37
24	4	5	5	5	5	5	5	4	38
25	4	5	5	5	5	4	5	5	38
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	5	5	4	5	5	5	5	39
28	5	5	5	5	5	4	5	5	39
29	3	5	5	3	4	4	4	5	33
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	5	4	4	5	5	4	5	5	37
32	5	4	4	3	2	5	5	4	32
33	4	5	4	3	5	2	4	4	31
34	5	4	5	5	5	5	5	5	39
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	5	4	3	5	4	4	3	4	32
38	4	5	5	4	3	4	5	4	34
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	5	3	3	3	5	5	34
41	4	4	3	3	5	5	4	4	32
42	4	3	2	3	5	4	5	4	30
43	4	4	5	2	1	2	4	4	26
44	3	1	2	3	5	5	4	5	28
45	4	4	2	2	4	1	3	5	25

46	4	3	1	2	4	3	5	4	26
47	4	4	2	1	3	2	4	5	25
48	4	4	5	5	4	4	4	5	35
49	5	4	3	5	1	3	5	4	30
50	5	4	5	3	4	4	5	4	34
51	1	4	5	4	5	5	4	5	33
52	2	4	3	5	5	4	5	5	33
53	4	3	5	5	4	4	5	4	34
54	5	5	5	5	4	4	3	4	35
55	3	5	4	5	4	5	5	4	35
56	4	4	5	3	5	4	4	5	34
57	5	4	5	4	4	5	5	4	36
58	4	4	4	3	4	5	5	4	33
59	4	3	2	3	4	3	4	4	27
60	3	4	2	2	3	4	4	3	25
61	4	5	4	3	2	5	4	5	32
62	4	3	5	4	4	3	4	5	32
63	4	4	5	4	4	5	4	5	35
64	4	3	3	4	5	5	4	5	33
65	5	4	5	4	3	5	5	4	35
66	4	4	3	4	4	5	4	5	33
67	4	4	5	3	4	5	4	4	33
68	5	4	5	4	3	4	5	4	34
69	5	4	4	3	5	4	5	5	35
70	3	4	2	3	5	4	5	4	30
71	5	3	4	4	5	4	5	5	35

72	3	5	3	5	5	4	4	4	33
73	5	5	4	4	5	5	4	3	35
74	4	5	5	5	4	4	5	5	37
75	5	5	4	4	4	5	5	5	37
76	5	4	4	4	5	5	4	3	34
77	4	5	4	3	5	4	4	5	34
78	5	4	3	4	4	4	4	5	33
79	5	5	4	4	5	5	4	4	36
80	4	5	5	3	3	5	4	4	33
81	4	5	4	5	4	5	4	5	36
82	4	4	5	4	4	4	5	4	34
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	3	5	4	4	5	4	5	4	34
85	2	3	4	4	5	4	5	4	31
86	4	4	5	4	3	4	2	4	30
87	3	5	5	4	5	4	4	5	35
88	3	2	4	4	5	4	5	3	30
89	5	4	4	3	4	5	4	5	34
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	4	3	4	4	4	5	5	5	34
93	4	4	3	3	4	4	4	5	31
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	4	4	5	4	4	4	4	4	33
96	5	5	4	5	5	4	5	5	38
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40

98	5	5	5	5	5	5	5	5	40
99	5	4	4	5	5	5	5	3	36
100	4	4	4	4	4	4	4	4	32

Data Kuesioner Kepuasan Pelanggan (Y)

Res	Kepuasan Pelanggan (Y)										Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
6	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	35
7	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	32
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
10	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	32
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
16	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	36

19	5	4	3	5	4	3	3	5	4	4	40
20	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	45
21	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
24	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
28	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
29	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	42
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	4	5	5	5	5	2	3	5	3	42
32	4	5	4	4	3	5	5	5	3	4	42
33	5	4	4	5	5	4	3	2	2	3	37
34	4	5	4	3	5	4	3	3	5	4	40
35	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
36	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	41
37	5	4	4	5	4	5	3	4	3	4	41
38	4	5	3	4	5	4	4	5	2	4	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	5	5	5	5	5	5	3	3	1	3	40
41	5	4	5	4	3	4	5	2	4	4	40
42	5	3	4	5	4	4	3	2	5	4	39
43	5	3	5	4	4	5	4	3	5	5	43
44	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	43

45	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5	44
46	4	3	5	5	4	5	4	4	3	5	42
47	3	5	5	4	5	3	4	5	4	5	43
48	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	43
49	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	43
50	5	5	4	3	1	2	5	5	4	5	39
51	5	4	5	2	4	3	3	4	3	4	37
52	4	1	3	4	5	5	4	4	4	5	39
53	5	4	5	5	4	5	4	5	3	1	41
54	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	43
55	5	4	5	4	4	5	4	5	2	4	42
56	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	43
57	4	5	3	4	5	4	4	5	2	3	39
58	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
59	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	36
60	3	3	4	4	4	4	2	2	4	3	33
61	4	4	3	5	5	4	3	4	5	5	42
62	4	3	5	4	4	3	2	4	5	5	39
63	5	4	5	4	1	3	3	4	5	5	39
64	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	44
65	4	5	5	3	5	4	4	1	4	3	38
66	5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	44
67	5	3	1	4	4	3	5	4	5	5	39
68	4	5	3	5	4	3	4	4	5	5	42
69	4	4	5	4	3	4	4	3	4	2	37
70	5	4	5	4	3	5	4	1	4	2	37

71	4	4	5	4	3	5	4	2	4	1	36
72	3	5	5	4	3	4	5	5	4	3	41
73	3	5	4	4	4	2	3	5	5	4	39
74	4	3	3	3	5	4	5	4	4	5	40
75	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	42
76	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	44
77	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
78	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	40
79	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	45
80	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	44
81	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	44
82	5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	45
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	5	3	4	4	5	3	4	5	5	42
85	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	44
86	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	44
87	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	44
88	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
89	5	4	3	4	5	4	5	5	4	3	42
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
93	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	41
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
96	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48

97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Uji Validitas :

A. Uji Validitas Indikator Suasana

Correlations											
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.503**	0.124	.407**	.309*	.233*	.284*	.347**	.199*	.624**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.220	0.000	0.002	0.020	0.004	0.000	0.047	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.503**	1	.410**	0.192	.302*	0.163	.274*	.302*	0.153	.595**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.055	0.002	0.105	0.006	0.002	0.130	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	0.124	.410**	1	0.174	.325**	.243*	0.185	0.097	0.161	.490**
	Sig. (2-tailed)	0.220	0.000		0.083	0.001	0.015	0.066	0.339	0.110	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.407**	0.192	0.174	1	.519**	.309*	.397**	.339**	.321*	.674**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.055	0.083		0.000	0.002	0.000	0.001	0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.5	Pearson Correlation	.309*	.302*	.325**	.519**	1	.324**	.473**	.245*	.284*	.699**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.002	0.001	0.000		0.001	0.000	0.014	0.004	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.233*	0.163	.243*	.309*	.324**	1	.354**	0.111	.354**	.581**
	Sig. (2-tailed)	0.020	0.105	0.015	0.002	0.001		0.000	0.270	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.284*	.274*	0.185	.397**	.473**	.354**	1	.396**	.316*	.681**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.006	0.066	0.000	0.000	0.000		0.000	0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.347**	.302*	0.097	.339**	.245*	0.111	.396**	1	0.178	.536**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.002	0.339	0.001	0.014	0.270	0.000		0.076	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.199*	0.153	0.161	.321*	.284*	.354**	.316*	0.178	1	.559**
	Sig. (2-tailed)	0.047	0.130	0.110	0.001	0.004	0.000	0.001	0.076		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.624**	.595**	.490**	.674**	.699**	.581**	.681**	.536**	.559**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

B. Uji Validitas Indikator Kebersihan

Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.296**	.332**	.315**	0.035	.250*	.209*	0.147	.528**
	Sig. (2-tailed)		0.003	0.001	0.001	0.730	0.012	0.037	0.144	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.296**	1	.454**	.348**	0.131	.273**	0.186	.239*	.600**
	Sig. (2-tailed)	0.003		0.000	0.000	0.194	0.006	0.064	0.017	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.332**	.454**	1	.527**	0.119	.415**	.238*	.251*	.710**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000		0.000	0.240	0.000	0.017	0.012	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.315**	.348**	.527**	1	.396**	.492**	.335**	.204*	.766**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.000		0.000	0.000	0.001	0.041	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	0.035	0.131	0.119	.396**	1	.350**	.265**	.260**	.530**
	Sig. (2-tailed)	0.730	0.194	0.240	0.000		0.000	0.008	0.009	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.250*	.273**	.415**	.492**	.350**	1	.373**	0.189	.694**
	Sig. (2-tailed)	0.012	0.006	0.000	0.000	0.000		0.000	0.059	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X2.7	Pearson Correlation	.209*	0.186	.238*	.335** *	.265**	.373** *	1	.233*	.550** *
	Sig. (2-tailed)	0.037	0.064	0.017	0.001	0.008	0.000		0.020	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	0.147	.239*	.251*	.204*	.260**	0.189	.233*	1	.482** *
	Sig. (2-tailed)	0.144	0.017	0.012	0.041	0.009	0.059	0.020		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.528** *	.600** *	.710** *	.766** *	.530** *	.694** *	.550** *	.482** *	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
***. Correlation at 0.001(2-tailed)										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

C. Uji Validitas Indikator Kepuasan Pelanggan

Correlations												
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.270**	.259**	.365***	0.086	.320**	.274**	0.137	0.161	.243*	.517***
	Sig. (2-tailed)		0.007	0.009	0.000	0.397	0.001	0.006	0.175	0.110	0.015	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.270**	1	.275**	.302**	.201*	0.120	.332***	.375***	0.178	0.134	.562***
	Sig. (2-tailed)	0.007		0.006	0.002	0.045	0.234	0.001	0.000	0.076	0.182	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y3	Pearson Correlation	.259**	.275**	1	0.139	0.112	.377***	0.153	0.047	0.112	0.082	.437***
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.006		0.167	0.268	0.000	0.128	0.641	0.269	0.415	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.365***	.302**	0.139	1	.336***	.465***	0.171	.336***	.222*	0.173	.600***
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.002	0.167		0.001	0.000	0.089	0.001	0.026	0.086	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	0.086	.201*	0.112	.336***	1	.427***	0.127	.243*	0.121	.265**	.521***
	Sig. (2-tailed)	0.397	0.045	0.268	0.001		0.000	0.208	0.015	0.232	0.008	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.320**	0.120	.377***	.465***	.427***	1	.302**	0.141	0.118	0.131	.579***
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.234	0.000	0.000	0.000		0.002	0.162	0.242	0.193	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.274**	.332***	0.153	0.171	0.127	.302**	1	.459***	.229*	.360***	.615***
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.001	0.128	0.089	0.208	0.002		0.000	0.022	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	0.137	.375***	0.047	.336***	.243*	0.141	.459***	1	.214*	.466***	.638***
	Sig. (2-tailed)	0.175	0.000	0.641	0.001	0.015	0.162	0.000		0.032	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	0.161	0.178	0.112	.222*	0.121	0.118	.229*	.214*	1	.442***	.521***
	Sig. (2-tailed)	0.11	0.07	0.26	0.02	0.23	0.24	0.02	0.03		0.00	0.00

	tailed)	0	6	9	6	2	2	2	2		0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1 0	Pearson Correla tion	.243 *	0.13 4	0.08 2	0.17 3	.265 **	0.13 1	.360 ***	.466 ***	.442 ***	1	.618 ***
	Sig. (2- tailed)	0.01 5	0.18 2	0.41 5	0.08 6	0.00 8	0.19 3	0.00 0	0.00 0	0.00 0		0.00 0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tot al	Pearson Correla tion	.517 ***	.562 ***	.437 ***	.600 ***	.521 ***	.579 ***	.615 ***	.638 ***	.521 ***	.618 ***	1
	Sig. (2- tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
***. Correlation at 0.001(2-tailed)												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Uji Reliabilitas:

A. Uji Reliabilitas Indikator Suasana

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.784	9

B. Uji Reliabilitas Indikator Kebersihan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.761	8

C. Uji Reliabilitas Indikator Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.756	10

Uji Asumsi Klasik :

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.76244540
Most Extreme Differences	Absolute		.083
	Positive		.064
	Negative		-.083
Test Statistic			.083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.087
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.091
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.084

		Upper Bound	.099
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

B. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.552	1.501		1.701	.092
	Suasana	.022	.051	.063	.443	.659
	Kebersihan	-.035	.056	-.088	-.620	.537
a. Dependent Variable: ABS_RES						

C. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.511	1.958
	X2	.511	1.958

a. Dependent Variable: Y

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.287	2.563		3.623	<.001
	Suasana	.530	.087	.524	6.109	<.001
	Kebersihan	.380	.096	.338	3.941	<.001
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Uji Hipotesis:

A. Uji T (Stimultan)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.287	2.563		3.623	<.001
	Suasana	.530	.087	.524	6.109	<.001
	Kebersihan	.380	.096	.338	3.941	<.001
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

B. Uji F (Parsial)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1319.561	2	659.780	84.713	<.001 ^b
	Residual	755.479	97	7.788		
	Total	2075.040	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kebersihan , Suasana						

Uji Koefisien Determinasi (R²):

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.636	.628	2.791
a. Predictors: (Constant), Kebersihan , Suasana				