

HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS DI MOFFEE COFFEE STORE MANADO

Relationship between Consumer Satisfaction with Loyalty at Moffee Coffee Store Manado

Apri Christian Muaja, Celsius Talumingan, dan Gene H. M. Kapantow
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi

ABSTRACT

The objective of this research is to find out how the relationship between customer satisfaction and loyalty at Moffee Coffee Store Manado. This research was conducted from May 2022 to August 2022. The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data obtained from direct interviews with consumers using a questionnaire. Secondary data was obtained from Moffee Coffee Store documents. With the number of respondents as many as 81 people. The sampling technique used was accidental sampling. Data analysis used in this research is descriptive analysis and spearman rank correlation analysis.

Based on the research results, the level of customer satisfaction at the Moffee Coffee Store is classified as very satisfied with a total score of 1430. Meanwhile, the relationship between customer satisfaction and loyalty at the Moffee Coffee Store has a positive and significant relationship between the variable customer satisfaction (X) and the variable Loyalty (Y). this is evident from the Spearman rank correlation value of 0.666, so it has a strong relationship level, and with a significant level of 0.000 below 0.05%, this means that the increasing customer satisfaction, will increase loyalty at the Moffee Coffee Store.

Keywords: *consumer satisfaction, loyalty*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas Di Moffee Coffee Store Manado. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2022 sampai Agustus 2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan konsumen menggunakan kuesioner. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen Moffee Coffee Store. Dengan jumlah responden sebanyak 81 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis korelasi rank spearman.

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen yang ada di Moffee Coffee Store tergolong sangat puas dengan skor total 1430. Sedangkan hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas di Moffee Coffee Store adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel kepuasan konsumen (X) dengan variabel Loyalitas (Y), hal ini terbukti dari nilai korelasi rank spearman sebesar 0,666, jadi mempunyai tingkat hubungan yang kuat, serta dengan tingkat signif-

ikan 0,000 dibawah 0,05%, hal ini berarti semakin meningkatnya kepuasan konsumen, akan semakin meningkat loyalitas di Moffee Coffee Store.

Kata kunci: kepuasan konsumen, loyalitas

PENDAHULUAN

Latar Belakang

UMKM merupakan satu di antara praktik usaha bisnis yang sangat populer yang ada di kalangan masyarakat Indonesia pada saat ini. Perkembangan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat, khususnya di bidang kuliner. Salah satu usaha bisnis UMKM di bidang kuliner yang mengalami perkembangan yang pesat adalah kedai kopi.

Hal tersebut berhubungan dengan gaya hidup yang ada pada saat ini. Budaya minum kopi kini bukan lagi hanya sekedar menghilangkan rasa kantuk, akan tetapi sebagai bagian dari gaya hidup, dimana budaya minum kopi yang dulunya hanya digemari oleh para orang tua saja, tetapi kini sudah ba`nyak juga anak muda yang menggemari budaya minum kopi ini, dimana saat ini kedai kopi menjadi tempat yang amat diminati oleh banyak orang dari berbagai kalangan.

Kedai kopi Moffee Coffee Store ini berlokasi di dalam perumahan Politeknik Kairagi Permai, yang mana kedai kopi ini menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman kopi dan non-kopi, serta memiliki desain kedai kopi yang khas menjadikan Moffee Coffee Store menjadi tempat *favorite* bagi anak kuliah bersantai dan berkumpul membuat tugas, kehadiran kedai kopi ini juga bisa menjadi titik kumpul bagi orang kantoran dalam mengadakan rapat. Apalagi tempat ini menjadi semakin menyenangkan karena tersedianya *live* musik dan koneksi *wifi*. Hal tersebutlah yang membuat Moffee Coffee Store dapat tetap bertahan hingga saat ini.

Oleh karena itu pentingnya bagi pengusaha kedai kopi dalam memperhatikan kepuasan konsumen, baik itu dari segi cita rasa produk yang ditawarkan, tempat untuk mendistribusikan produk, harga jual dari produk, serta promosi dari kedai kopi tersebut. Konsumen yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan konsumen baru.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dijelaskan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen memiliki hubungan dengan loyalitas di Moffee Coffee Store.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini, bagi pihak akademik penelitian ini dapat menambah literatur kepustakaan mengenai Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan yaitu dari bulan Mei 2022 di kedai kopi yang berlokasi di Jalan Politeknik Perumahan Kairagi Permai No. 3, Kelurahan Kairagi Dua, Kecamatan Mapanget, Kota Manado yaitu Moffee Coffee Store.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang akan digunakan adalah data primer dan data

sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tempat dimana penulis mengadakan penelitian untuk diamati dan dicatat (Sugiyono, 2005). Dalam hal ini data primer berupa hasil presepsi kuesioner tentang hubungan kepuasan konsumen dengan loyalitas di Moffee Coffee Store.

Metode Penentuan Sampel

Metode Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *Accidental Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan di Moffee Coffee store yang sudah melakukan pembelian minimal 3x pembelian, dengan asumsi pelanggan yang melakukan pembelian ulang dianggap memiliki loyalitas. Adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi rata – rata kunjungan per minggu yaitu 420 orang. Maka penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan slovin, yaitu dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran Populasi (rata – rata jumlah konsumen di Moffee Coffee Store per minggu sebesar 420 orang).
- e = Persen kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir. Dalam penelitian ini e di tetapkan sebesar 10%

$$n = \frac{420}{1 + 420(0,1)^2}$$

$$n = \frac{420}{5,2}$$

$$n = 80,7 = 81$$

Maka besar sampel dalam penelitian ini sebanyak 81 orang.

Konsep Pengukuran Variabel

Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument pernyataan yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain (Sugiyono, 2009).

Tabel 1. Alternatif Jawaban Responden

| Alternatif Jawaban | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Netral | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber: Sugiyono, 2009

Variabel-variabel penelitian ini sebagai berikut:

1. Kepuasan Konsumen (X), diukur dengan menggunakan indikator:
 - 1) Produk, yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
 - 2) Harga, yaitu tingkat kesesuaian antara kualitas produk dan harga yang diharapkan oleh konsumen.
 - 3) Tempat, yaitu tempat untuk mendistribusikan produk kepada konsumen.

- 4) Promosi, yaitu promosi yang dilakukan oleh Moffee Coffee Store terhadap produk yang mereka tawarkan.
2. Loyalitas Konsumen (Y), diukur dengan menggunakan indikator:
- 1) Pembelian Ulang, yaitu konsumen yang kuat untuk melakukan pembelian atau transaksi ulang produk atau jasa pada perusahaan yang sama di masa yang akan datang.
 - 2) Mereferensikan kepada orang lain, yaitu onsumen menceritakan kebaikan dan memberi rekomendasi perusahaan kepada orang lain.
 - 3) Menunjukkan kekebalan terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing, yaitu pelanggan tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.

Metode Analisis Data

Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode analisis deskriptif yang dapat diukur dengan skala likert dan analisis korelasi rank spearman untuk melihat hubungan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen.

Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2009) analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel individual, baik hanya satu varibel maupun lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan cara menganalisis data dari kuesioner, terlebih dahulu dilakukan pengelompokan setiap indikator pertanyaan di hitung berdasarkan pemberian bobot nilai yang diperoleh dari hasil kuesioner melalui metode *scoring* dengan perhitungan rentang skala (Widoyoko, 2012) sebagai berikut:

$$Rs = (m-n) : b$$

Dimana:

- Rs = Rentang Skala
- m = Jumlah Skor Tertinggi (Nilai Skor Tertinggi (5) x Jumlah Indikator dari Kepuasan Konsumen)
- n = Jumlah Skor Terendah (Nilai Skor Terendah (1) x Jumlah Indikator dari Kepuasan Konsumen)
- b = Jumlah Kelas (dalam penelitian ini digunakan lima kategori kelas sesuai dengan skala likert)

Nilai tertinggi=total responden x bobot tertinggi

$$=81 \times 5 = 405$$

Nilai terendah=total responden x bobot terendah

$$=81 \times 1 = 81$$

$$\text{Rentang skala} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Kelas}}$$

$$= \frac{405 - 81}{5} = 64,5$$

Jumlah skor ideal untuk setiap indikator dari kepuasan konsumen dengan skor tertinggi 405 dan skor terendah 81 dengan interpretasi nilai:

| | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-----|
| 81 | 145,8 | 210,6 | 275,4 | 340,2 | 405 |
| STP | TP | N | P | SP | |

Gambar 1. Interpretasi nilai dari masing-masing indikator

Pengelompokan skor keseluruhan dihitung berdasarkan pemberian bobot nilai yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan cara perhi-

tungan rentang skala yang diperoleh sebagai berikut:

Nilai tertinggi=total responden x bobot tertinggi x jumlah instrumen pertanyaan

$$=81 \times 5 \times 4 = 1620$$

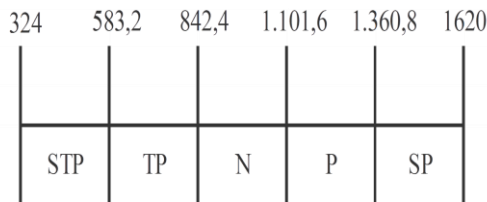
Nilai terendah= total responden x bobot terendah x jumlah instrumen pertanyaan

$$=81 \times 5 \times 4 = 324$$

Rentang skala = $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Kelas}} =$

$$\frac{1620 - 324}{5} = 1620$$

Jumlah skor ideal untuk setiap indikator dari kepuasan konsumen dengan skor tertinggi 1620 dan skor terendah 324 dengan interpretasi nilai:



Gambar 2. Interpretasi nilai berdasarkan data

Analisis Korelasi Rank Spearman

Untuk mencari hubungan antara kepuasan konsumen (X) dengan loyalitas konsumen (Y) menggunakan korelasi rank spearman. Korelasi Rank Spearman digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif (Sugiyono, 2005). Menurut Arikunto (2010) koefisien korelasi adalah suatu alat statistik yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel ini.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

Rho : Koefisien Korelasi Rank Spearman

d2 : Ranking yang dikuadratkan

n : Banyaknya data (sampel)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

Moffee Coffee Store merupakan salah satu kedai kopi yang berada di kota Manado yang terletak di Jalan Politeknik Perum Kairagi Permai No 3, Kairagi Dua, Mapanget, Kota Manado. Moffee Coffee Store ini berdiri pada tanggal 30 Juni 2018. Terbentuknya Moffee Coffee Store yang berawal dari kegemaran owner dalam bidang kopi, sehingga berkeinginan membuat *coffee shop* pada saat masih berada di Bandung, tetapi seiring berjalannya waktu akhirnya owner berkeputusan untuk ke kota Manado, pada saat di Manado keinginan owner untuk membuka *coffee shop* akhirnya dapat terwujud, dengan lokasi berada di rumah pribadi, awalnya *coffee shop* ini hanya sebagai contoh untuk simulasi bisnis saja. Namun, seiring berjalannya waktu usaha *coffee shop* tersebut menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung, sehingga owner memutuskan untuk membuat *coffee shop* yang lebih memadai akhirnya terbentuklah Moffee Coffee.

Moffee Coffee Store sudah berdiri selama 4 Tahun, dan memiliki jumlah karyawan sebanyak 6 orang yang memproduksi minuman *coffee* dan *non coffee* dan makanan ringan. Dengan harga minuman sekitar Rp 10.000 – 28.000 dan makanan ringan sekitar Rp 15.000 – 28.000, dengan pelayanan operasional dibuka

dari hari Selasa – Minggu, jam 13.00 – 23.00 wita. Moffee Coffee Store ini melayani pembelian online melalui aplikasi Gojek. Moffee Coffee Store sendiri juga saat ini ada berkolaborasi dengan Area51 Vape Store yang terletak di Depan Balai Pelestarian Budaya Jalan. Katamso No.08, Bumi Beringin, Wenang, Kota Manado. Kolaborasi yang dilakukan Area51 Vape Store dengan Moffee Coffee Store adalah dengan menciptakan suatu produk yang baru untuk Area51 Vape Store.

Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan disajikan deskripsi tentang karakteristik responden yaitu pengunjung Moffee Coffee Store. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini ada 81 orang. Untuk mendeskripsikan responden peneliti membagi beberapa klasifikasi yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan perbulan.

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada Moffee Coffee Store sebagai berikut:

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|---------------|-----------|----------------|
| 1 | Laki-laki | 44 | 54 |
| 2 | Perempuan | 37 | 46 |
| Total | | 81 | 100 |

Sumber: Data Kuisisioner diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2 jumlah pria yang menjadi responden sebanyak 44 orang (54%) dan wanita sebanyak 37 orang (46%). Persentase ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh sampel adalah pria dibandingkan wanita.

2. Usia Responden

Adapun karakteristik responden berdasarkan usia pada Moffee Coffee Store sebagai berikut:

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Usia

| No | Usia | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|-------|-----------|----------------|
| 1 | <23 | 41 | 51 |
| 2 | 24-34 | 25 | 30 |
| 3 | 35-45 | 8 | 10 |
| 4 | >45 | 7 | 9 |
| Total | | 81 | 100 |

Sumber: Data Kuisisioner diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yaitu, <23 tahun yang berjumlah 41 orang (51%), 24-34 tahun berjumlah 25 orang (30%), 35-45 tahun berjumlah 8 orang (10%), dan >45 tahun berjumlah 7 orang (9%). Persentase ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh sampel ini merupakan anak-anak muda yang berusia <23 tahun.

3. Pekerjaan Responden

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada Moffee Coffee Store sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

| No. | Pekerjaan | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|-------------------|-----------|----------------|
| 1 | Pelajar/Mahasiswa | 34 | 42 |
| 2 | PNS | 9 | 11 |
| 3 | Pegawai Swasta | 17 | 21 |
| 4 | Wirausaha | 8 | 10 |
| 5 | Lainnya | 13 | 16 |
| Total | | 81 | 100 |

Sumber: Data Kuisisioner diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu, pelajar/mahasiswa yang berjumlah

34 orang (42%), PNS berjumlah 9 orang (11%), pegawai swasta berjumlah 17 orang (21%), wirausaha berjumlah 8 orang (10%), dan lainnya berjumlah 13 orang (16%). Persentase ini menunjukkan bahwa hampir dari separoh sampel ini merupakan pelajar/mahasiswa.

4. Pendapatan perbulan Responden

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan pada Moffee Coffee Store sebagai berikut:

Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

| No. | Penghasilan Perbulan | Frekuensi | Persentase |
|-------|----------------------|-----------|------------|
| 1 | <4.000.000 | 41 | 51 |
| 2 | 4.100.000-6.000.000 | 21 | 25 |
| 3 | 6.100.000-8.000.000 | 11 | 14 |
| 4 | >8.000.000 | 8 | 10 |
| Total | | 81 | 100 |

Sumber: Data Kuisisioner diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa karekteristik responden berdasarkan penda-

patan perbulan yaitu, <4.000.000 yang berjumlah 41 orang (51%), 4.100.000-6.000.000 berjumlah 21 orang (25%), 6.100.000-8.000.000 berjumlah 11 orang (14%), dan >8.000.000 berjumlah 8 orang (10%). Persentase ini menunjukkan bahwa lebih dari separoh sampel ini responden memiliki pendapatan perbulan <4.000.000.

Analisis Data Tingkat Kepuasan Konsumen

1. Produk

Tingkat kepuasan konsumen pada moffee coffee store didapat dari persepsi konsumen tentang aspek produk melalui kuesioner, responden diberi 1 pertanyaan dengan 2 alasan tentang cita rasa dari minuman dan kemasan produk, dengan pilihan jawaban puas dan tidak puas. Kemudian total skor yang diperoleh dikategorikan, sehingga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Kepuasan Konsumen Terhadap Produk, Harga, Tempat dan Promosi

| No. | Indikator | STS | TS | N | S | SS | Total Responden | Total Skor | Interpretasi |
|-----|-----------|-----|----|---|----|----|-----------------|------------|--------------|
| 1 | Produk | | | 1 | 41 | 39 | 81 | 362 | Sangat Puas |
| 2 | Harga | | | 7 | 36 | 38 | 81 | 355 | Sangat Puas |
| 3 | Tempat | | | 4 | 29 | 48 | 81 | 368 | Sangat Puas |
| 4 | Promosi | | 2 | 9 | 36 | 34 | 81 | 345 | Sangat Puas |

Sumber: Data Kuesioner diolah, 2022

Pada Tabel 6 dapat dijelaskan bahwa pada indikator produk yang menyatakan netral 1 responden, setuju ada 41 responden, dan 39 responden menyatakan sangat setuju. Total skor pada aspek produk 362 yang tergolong sangat puas.

2. Harga

Tingkat kepuasan konsumen pada moffee coffee store didapat dari persepsi konsumen tentang indikator harga melalui kuesioner, responden diberi 1 pertanyaan dengan 2

alasan tentang, harga yang sesuai dengan kualitas dan harga yang terjangkau, dengan pilihan jawaban puas dan tidak puas. Pada Tabel 6 dapat dijelaskan bahwa pada indikator harga yang menyatakan netral 7 responden, setuju ada 36 responden, dan 38 responden menyatakan sangat setuju. Total skor pada aspek harga 355 yang tergolong sangat puas.

2. Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Tempat

Tingkat kepuasan konsumen pada moffee coffee store didapat dari persepsi kon-

sumen tentang indikator tempat melalui kuesioner, responden diberi 1 pertanyaan dengan 2 alasan tentang memiliki tempat yang nyaman dan mudah dijangkau serta dapat menyediakan lahan parkir yang cukup untuk konsumen moffee coffee store, dengan pilihan jawaban puas dan tidak puas. Pada Tabel 6 dapat dijelaskan bahwa pada indikator tempat yang menyatakan netral 4 responden, setuju ada 29 responden, dan 48 responden menyatakan sangat setuju. Total skor pada aspek tempat 368 yang tergolong sangat puas.

4. Promosi

Tingkat kepuasan konsumen pada moffee coffee store didapat dari persepsi konsumen tentang indikator promosi melalui kuesioner, responden diberi 1 pertanyaan dengan 2 alasan tentang promosi yaitu, Karyawan moffee coffee store melakukan promosi

secara aktif dan informasi produk yang ada di media sosail sangat menarik, dengan pilihan jawaban puas dan tidak puas. Pada Tabel 6 dapat dijelaskan bahwa pada indikator promosi yang menyatakan tidak setuju 2, netral ada 9 responden, setuju ada 36 responden, dan 34 responden menyatakan sangat setuju. Total skor pada aspek harga 345 yang tergolong sangat puas.

5. Tingkat Kepuasan Konsumen Moffee Coffee Store

Pada rekapitulasi dan interpretasi untuk mencari kepuasan konsumen di moffee coffee store penulis melakukan penjumlahan keseluruhan hasil penilaian dari indikator produk, harga, tempat, dan promosi yang diperoleh dari hasil kuesioner diberikan pada responden yang berjumlah 81 responden. Dapat dilihat pada tabel berikut :

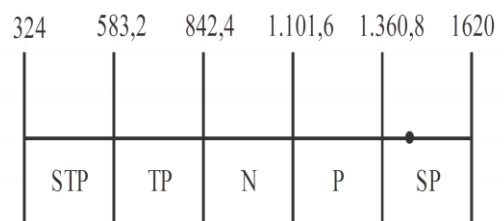
Tabel 7. Total Skor dan Interpretasi

| No | Indikator | Total Skor | Interpretasi |
|------------|-----------|------------|--------------|
| 1 | Produk | 362 | Sangat Puas |
| 2 | Harga | 355 | Sangat Puas |
| 3 | Tempat | 368 | Sangat Puas |
| 4 | Promosi | 345 | Sangat Puas |
| Total Skor | | 1430 | Sangat Puas |

Sumber: Data Kuesioner diolah, 2022

Untuk mengetahui letak kepuasan konsumen pada Moffee Coffee Store, maka perlu dihitung jumlah keseluruhan skor pada setiap indikator produk, harga, tempat, dan promosi, dimana sesuai hasil penelitian ini total skor mencapai 1430. Pada penelitian ini, jumlah skor ideal pada keseluruhan pertanyaan 1620 (Sangat Puas) dan jumlah skor terendah 324 (Sangat Tidak Puas). Berdasarkan data yang diperoleh dari sebanyak 4 instrumen pertanyaan yang diajukan kepada 81 responden, maka total skor yang diperoleh 1430, dengan letak indeks

kepuasan konsumen ditentukan berdasarkan skala interval berikut:



Gambar 3. Interpretasi nilai berdasarkan data

Berdasarkan indeks tersebut maka diperoleh bahwa kepuasan konsumen pada moffee coffee store oleh konsumen yang dinilai berdasarkan indikator produk, harga, tempat, dan promosi dengan total skor 1430 tergolong sangat puas.

Analisis Korelasi Rank Spearman

Uji Korelasi Rank Spearman digunakan untuk menentukan korelasi peringkat spearman antara dua variabel, dengan cara mentotalkan jawaban

dari masing – masing responden dari variabel X (kepuasan konsumen) dan Y (loyalitas Konsumen), Kemudian data di input kedalam aplikasi *SPSS 26.0 For Windows*.

Dalam penelitian ini akan menunjukan hubungan variabel kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Berikut ini adalah hasil perhitungan Uji Rank Spearman dengan menggunakan perangkat lunak *SPSS 26.0 For Windows*.

Table 8. Hasil Analisis Korelasi Rank Spearman

| | | | Kepuasan Konsumen | Loyalitas Konsumen |
|--|--------------------|-------------------------|-------------------|--------------------|
| Spearman's rho | Kepuasan Konsumen | Correlation Coefficient | 1.000 | .666** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 81 | 81 |
| | Loyalitas Konsumen | Correlation Coefficient | .666** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | | N | 81 | 81 |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | |

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 26, 2022

Dari pengolahan data menggunakan SPSS 26.0 For Windows, diketahui nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) sebesar 0,000.

Berdasarkan nilai Sig. (2-tailed) 0,000 < lebih kecil dari 0,05. Artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen. Karena hasil dari korelasi spearman rank tersebut signifikan, sehingga Ho ditolak dan Ha diterima.

Untuk mengetahui kuat lemahnya tingkat keeratan hubungan antar variabel. Angka koefisien korelasi sebesar 0,666 tersebut lalu di interpretasikan dengan tabel interpretasi nilai r berada pada interval 0,600 – 0,799, artinya tingkat kekuatan hubungan korelasi antara variabel

kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pada Moffee Coffee Store adalah sebesar 0,666 maka interpretasinya kuat.

Karena diperoleh angka koefisien korelasi bernilai positif, yaitu 0,666, sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah (jenis hubungan searah), dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin ditingkatkan kepuasan konsumen maka loyalitas konsumen juga akan meningkat.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang hubungan kepuasan konsumen dengan loyalitas di Moffee Coffee Store, mempunyai tingkat kepuasan yang sangat puas dan berdasarkan hasil perhitungan dari aplikasi SPSS maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada hubungan signifikan yang kuat dan searah antara kepuasan konsumen dan loyalitas di Moffee Coffee Store Manado.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti memberikan saran kepada Moffee Coffee Store untuk dapat selalu menjaga cita rasa dan kemasan dari produk, harga yang ditetapkan, tempat yang nyaman dan dapat

meningkatkan kualitas pelayanan, serta promosi yang dilakukan Moffee Coffee Store di perluas lagi tidak hanya menggunakan instagram saja tetapi sosial media lain juga yang harus lebih diaktifkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S.. 2010. Metode peneltian. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sugiyono. 2005. Metodologi Penelitian Bisnis. CV. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, CV. Alfabeta. Bandung.
- Widoyoko, E.P.. 2012. Teknik penyusunan instrumen penelitian. Pustaka pelajar. Yogyakarta.