

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
KUNJUNGAN KONSUMEN PADA CAFE KOPI SOE DI TENGGILIS  
MEJOYO SURABAYA**

**Ira Ade Nengtiyas**

Program Studi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
[iraadenengtiyas98@gmail.com](mailto:iraadenengtiyas98@gmail.com)

**ABSTRACT**

Competition business in the cafe sector in Indonesia is very fast. Enjoying coffee is a cultural tradition for every society, especially in Indonesia, both in rural and urban areas. Consumers are now also selective in choosing cafes, and this causes cafe businesses to have to think of the right strategy in facing increasingly fierce competition. This study aims to determine the effect of the marketing mix on consumer visits at Cafe Kopi Soe in Tenggilis Mejoyo Surabaya. The method used is quantitative with sampling aimed at consumers of Café Kopi Soe with a total of 100 respondents, data collection using a questionnaire. The method of analysis in this study is multiple linear regression analysis, F test (simultaneous), T test, analysis of the coefficient of determination  $r^2$ . Based on the results of the research data analysis, the Multiple Linear Regression Analysis shows that there is an influence between the X variable on the dependent variable Y. The largest value is 0.523. The F test shows that in this study it is  $10.441 > F$  table of 2.10 and has a sig. 0.000 so that the X variable simultaneously affects the Y variable. The T test shows that the hypothesis is accepted  $t$  count  $>$   $t$  table, it can be concluded that the dominant variable X has a  $t$  value of  $3.997 >$   $t$  table 1.984. Analysis of the coefficient of determination  $r^2$  shows that the results obtained R Square of 0.443. Then the conclusion of the study that all variables X have a significant effect on variable Y.

**Keywords:** *7P Marketing Mix (Price, Product, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidence), Consumer Visits.*

**A. PENDAHULUAN**

Perkembangan usaha di bidang Cafe di Indonesia sangat pesat. Menikmati Kopi adalah sebuah tradisi budaya bagi setiap masyarakat terutama di Indonesia. Semakin berkembangnya waktu dan jaman ini banyak dikembangkan bisnis cafe maupun angkringan yang terinspirasi dari tradisi dan kebiasaan masyarakat dalam menikmati kopi menjadi usaha yang menjanjikan untuk dijalankan.

Persaingan dalam bisnis di bidang usaha Cafe semakin meningkat. Adanya keuntungan dalam usaha Cafe membuat beberapa pelaku usaha berlomba-lomba untuk mendirikan dan mengembangkan ide kreatif mereka dengan menghadapi persaingan yang sangat ketat dimasa pandemi. Hal tersebut menjadikan sebuah tantangan bagi para pelaku usaha untuk lebih mempertahankan dan

mengembangkan usaha tersebut agar tidak menurun meskipun kondisi pandemi ini. Karena dengan kondisi pandemi seperti ini kunjungan konsumen untuk datang dan menikmati kopi di Cafe sangatlah berkurang drastis.

Kepuasan konsumen dan tidak kepuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman seorang konsumen atau pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, dengan pengalaman tersebut konsumen dapat menilai dan membandingkan kualitas baik tidaknya produk atau jasa yang di tawarkan. Harga merupakan hal yang penting dalam penjualan suatu usaha karena usaha harus menyesuaikan harga dengan keadaan ekonomi disekitar lingkungan usaha tersebut agar konsumen tertarik dan membeli secara terus menerus sehingga konsumen merasa puas.

Selain harga yang relatif murah, dengan produk yang berbeda dan rasa yang berbeda dengan yang lain dapat menarik konsumen untuk membeli dan menikmati produk tersebut. Dengan menunjukkan keunggulan produk tersebut dapat mempermudah konsumen untuk mendapatkan produk dengan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang baik dan ramah akan memberikan kenyamanan agar konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap usaha tersebut. Jika pelayanan yang baik membuat konsumen puas maka akan memberikan nilai yang lebih dan konsumen memberi kepercayaan pada usaha tersebut.

Surabaya merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Timur dan Kota terbesar ke dua dan padat penduduk. Dengan ini berkembangnya usaha Cafe di Surabaya terutama di daerah Tenggilis Mejoyo mengharus untuk para pengusaha memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat untuk mempertahankan agar dapat bersaing pada masa pandemi Covid-19 saat ini. Hal ini berlaku untuk semua pelaku usaha tidak hanya pengusaha Cafe, pelaku usaha dapat melakukan dengan memanfaatkan sosial media untuk memaksimalkan pemasaran usaha tersebut. Ada yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha Cafe, yaitu dengan melihat Produk, Harga, Lokasi, Promosi, SDM (karyawan), Proses aktifitas, Bukti fisik usaha.

Cafe Kopi Soe menjadi pilihan sebagai tempat nongkrong masyarakat surabaya khususnya pada kalangan pecinta Kopi. Dengan mengandalkan ciri khas jadul agar mendapat kesan Indonesia untuk penikmatnya meskipun kopi menjadi produk menu andalan. Kopi Soe mengusung konsep kedai kopi sederhana yang berada di luar ruangan dan ada pula yang berada di ruangan, Kopi Soe mampu menarik banyak pelanggan karena memiliki akses yang mudah, tempatnya luas, suasana yang nyaman, harga terjangkau dan berlokasi strategis di depan kampus Ubaya, serta dekat dengan tempat tinggal masyarakat. Kopi Soe di tujukan pada semua kalangan, salah satu strategi yang dapat di lakukan oleh Kopi Soe yaitu memberikan suasana kedai kopi yang menarik dan membuat nyaman bagi pengunjung dan penikmat kopi. Kopi Soe memberikan harga terjangkau dan beragam menu kopi susu yang berbeda kepada setiap konsumen.

Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berada pada titik puas. Jika dilihat berdasarkan variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen menunjukkan variabel pada kesesuaian suasana yang memiliki nilai kepuasan paling rendah. Nilai tersebut dapat mempengaruhi sikap konsumen yang akan melakukan kunjungan ke Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya. Oleh karena

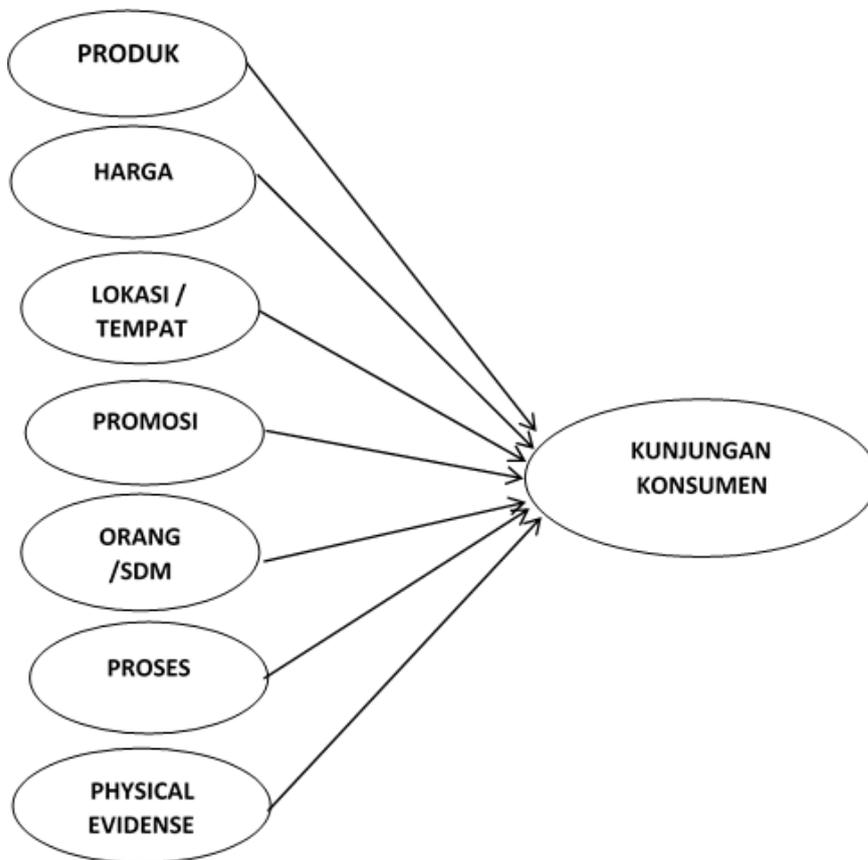
itu peneliti ingin mengetahui strategi pemasaran yang cocok untuk meningkatkan kunjungan terhadap konsumen Kopi Soe.

Berdasarkan uraian diatas terdapat adanya masalah pada bauran pemasaran pada masa pandemi akan minat kunjungan maka perlu adanya penelitian yang lebih lanjut mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Konsumen Pada Cafe Kopi Soe di Tenggilis Mejoyo Surabaya.

## **B. KERANGKA DASAR PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

### **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan hasil teori yang dikemukakan diatas, maka pengembangan kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka pikiran

### **Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberi arah bagi analisis penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Bauran Pemasaran *Produk* berpengaruh dan signifikan terhadap meningkatkan kunjungan konsumen Café Kopi Soe di Tenggilis Mejoyo Surabaya.
2. Bauran Pemasaran *Harga* berpengaruh dan signifikan terhadap meningkatkan kunjungan konsumen Café Kopi Soe di Tenggilis Mejoyo Surabaya.

3. Bauran Pemasaran *Lokasi* berpengaruh dan signifikan terhadap meningkatkan kunjungan konsumen Café Kopi Soe di Tenggilis Mejoyo Surabaya.
4. Bauran Pemasaran *Promosi* berpengaruh dan signifikan terhadap meningkatkan kunjungan konsumen Café Kopi Soe di Tenggilis Mejoyo Surabaya.
5. Bauran Pemasaran *Orang/SDM* berpengaruh dan signifikan terhadap meningkatkan kunjungan konsumen Café Kopi Soe di Tenggilis Mejoyo Surabaya.
6. Bauran Pemasaran *Proses* berpengaruh dan signifikan terhadap meningkatkan kunjungan konsumen Café Kopi Soe di Tenggilis Mejoyo Surabaya.
7. Bauran Pemasaran *Physical Evidence* berpengaruh dan signifikan terhadap meningkatkan kunjungan konsumen Café Kopi Soe di Tenggilis Mejoyo Surabaya.

### **C. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam riset ini adalah metode kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Media yang digunakan untuk menghimpun data adalah kuesioner dengan menggunakan google form dan wawancara.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke Cafe Kopi Soe Tenggilis Surabaya pada waktu penelitian tersebut berlangsung karena konsumen yang datang seperti Mahasiswa, Pelajar, Pegawai Karyawan, Buruh, Masyarakat sekitar merupakan subyek yang diteliti. Mengingat populasi dalam penelitian terlalu besar maka peneliti menentukan target populasi dengan menggunakan batasan ciri populasi yaitu dengan tidak mengambil semua sampel yang ada di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya, batasan tersebut seperti persyaratan minimal pernah melakukan 2 kali berkunjung, sebagian perempuan dan laki-laki yang ber Usia 18-55 tahun.

Berdasarkan observasi, data yang peneliti dapat di Cafe Kopi Soe sampel dari polulasi berjumlah 100 orang konsumen. Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dan Mustafa (2010:90) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai  $e=10\%$  adalah sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$n$  = Jumlah Sampel  $N$ = Jumlah Populasi  
 $e$ = Tingkat Kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir 10%

Jadi,

$$n = \frac{6138}{1 + 6138(0,1)^2} = 98,396 = 100$$

Jumlah tersebut dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Wawancara tidak terstruktur, yaitu metode pengumpulan dengan cara Tanya jawab

secara langsung kepada responden dimana objek peneliti tersebut untuk memperoleh datanya. (Sugiyono, 2008:194), dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah sejarah singkat dan gambaran umum serta informasi penting terkait prosedur sistem informasi (penjualan dan persediaan barang dagang) dan dokumen-dokumen yang terkait dalam siklus tersebut.

Kedua yaitu dengan metode observasi, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung objek-objek yang ada, tidak terbatas hanya pada perilaku manusia. (Sugiyono, 2008:203). Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan terhadap penerapan sistem informasi dan strategi pemasaran dari tempat penelitian yang telah berjalan dengan tujuan untuk melihat secara langsung kondisi yang sebenarnya.

Penelitian kuantitatif analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan responden, dan berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data setiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan.

Untuk perhitungan ini menggunakan computer melalui program SPSS. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan :

#### **Uji validitas dan Uji Reliabilitas**

Menurut Arikunto (2010:144) Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa Uji Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

#### **Analisa Regresi Linear Berganda**

Tujuan analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk menyimpulkan hubungan kausal antara variabel independen dan kumpulan variabel independen dalam kumpulan data tetap.

#### **Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk menguji dan mengetahui bagaimana pengaruh dari semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat di dalam suatu penelitian, dan untuk menguji apakah model regresi yang telah digunakan mempunyai pengaruh yang signifikan atau non signifikan.

#### **Uji Signifikan (uji t)**

Uji t bertujuan untuk menguji level signifikan dari bentuk pengaruh secara parsial atau terpisah antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai Sig. t lebih kecil dari  $\alpha$  atau 5%, dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### **Analisa Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Menurut Kuncoro (2013:246) , uji koefisien kolerasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

terikat. Nilai koefisien determinasi / R<sup>2</sup> berada pada rentang angka nol(0) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terkait sangat terbatas.

#### **D. PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sebanyak 100 sampel dari kuesioner yang telah disebar dengan kriteria yaitu masyarakat Kota Surabaya yang pernah melakukan kunjungan pada Cafe Kopi Soe Tenggilis Surabaya, minimal pernah melakukan 2 kali kunjungan pada Cafe Kopi Soe.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki yaitu dengan presentase 53% sedangkan responden laki-laki sebesar 47%.

Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan responden dengan usia 18-25 tahun lebih dominan, dengan presentase terbesar 45%. Sedangkan usia 25-35 tahun sebesar 42% , dan usia 35-45 tahun sebesar 13%, sedangkan 45-55 tahun sebesar 0%. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa Cafe Kopi Soe banyak menarik dikalangan remaja di usia 18-25 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling dominan adalah mahasiswa/pelajar dengan jumlah presentase sebesar 47%, sedangkan Karyawan jumlah presentase sebesar 44%, sedangkan Wiraswasta jumlah presentase sebesar 9%.

#### **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0.05$ ), jika r hitung > r tabel, maka variabel tersebut tidak valid (Ghozali, 2011:52-53).

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas

Variabel		rhitung	rtabel	Kesimpulan
Harga X1	X1.1	0,805	0,195	Valid
	X1.2	0,891	0,195	Valid
	X1.3	0,891	0,195	Valid
Produk X2	X2.1	0,807	0,195	Valid
	X2.2	0,781	0,195	Valid
	X2.3	0,533	0,195	Valid
Lokasi/ Tempat X3	X3.1	0,473	0,195	Valid
	X3.2	0,759	0,195	Valid
	X3.3	0,709	0,195	Valid
Promosi X4	X4.1	0,545	0,195	Valid
	X4.2	0,718	0,195	Valid
	X4.3	0,722	0,195	Valid
Proses X5	X5.1	0,828	0,195	Valid
	X5.2	0,878	0,195	Valid

	X5.3	0,863	0,195	Valid
Orang X6	X6.1	0,520	0,195	Valid
	X6.2	0,651	0,195	Valid
	X6.3	0,807	0,195	Valid
Bukti Fisik X7	X7.1	0,636	0,195	Valid
	X7.2	0,763	0,195	Valid
	X7.3	0,681	0,195	Valid
Kunjungan Konsumen Y	Y1.1	0,677	0,195	Valid
	Y1.2	0,786	0,195	Valid
	Y1.3	0,783	0,195	Valid

*Sumber: Data primer penulis yang diolah dari Mc.Excel, 2021*

Adapun berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat hasil pengujian validitas pada variabel Harga (X1), Produk (X2), Lokasi/Tempat (X3), Promosi (X4), Proses (X5), Orang (X6), Bukti Fisik (X7), Kunjungan Konsumen (Y). Menunjukkan hasil yang valid, dengan begitu dapat dikatakan bahwa semua indikator dalam masing-masing variabel bisa digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian selanjutnya dengan jumlah nilai r hitung > dari r tabel.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji realibilitas berguna untuk menetapkan apakah kuesioner tersebut dapat menghasilkan data yang konsisten jika pengujian dilakukan berkali-kali. Apabila r Alpha < 0,6 artinya tidak reliabel , dan jika r Alpha > 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas

<b>Variabel</b>	<b><math>\alpha</math> Cronbach</b>	<b><math>\alpha</math> Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
X1	0,849	0,60	Reliabel
X2	0,780	0,60	Reliabel
X3	0,742	0,60	Reliabel
X4	0,746	0,60	Reliabel
X5	0,848	0,60	Reliabel
X6	0,742	0,60	Reliabel
X7	0,764	0,60	Reliabel
Y	0,802	0,60	Reliabel

*Sumber: Data primer penulis diolah dari SPSS, 2021*

Bedasarkan tabel 4.13 dari data penelitian uji reliabilitas melalui SPSS dapat dilihat dari variabel Harga (X1) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,849 , variabel Produk (X2) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,780 , variabel Lokasi/Tempat (X3) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,742 , variabel Promosi (X4) nilai Cronbach's

Alpha sebesar 0,746 , variabel Proses (X5) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,848 , variabel Orang (X6) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,742 , variabel Bukti Fisik (X7) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,764, dan variabel Kunjungan Konsumen (Y) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,802. Sehingga dengan hasil tersebut variabel Harga (X1), Produk (X2), Lokasi/Tempat (X3), Promosi (X4), Proses (X5), Orang (X6), Bukti Fisik (X7), Kunjungan Konsumen (Y) dinyatakan reliabel atau konsisten sehingga indikator dalam variabel tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian ini karena nilai Cronbach Alpha > 0,06.

**Analisa Regresi Linear Berganda**

Regresi Linear Berganda yang digunakan adalah Kunjungan Konsumen sebagai variabel dependen dan Harga, Produk, Lokasi, Promosi, Proses, Orang, Bukti Fisik sebagai variabel independen. Analisis ini berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap dependen.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant )	3.526	1.935		1.822	.072
	Harga	.168	.059	.229	2.862	.005
	Produk	.401	.200	.447	2.004	.048
	Lokasi	.274	.090	.260	3.044	.003
	Promosi	.267	.131	.277	2.045	.044
	Proses	.523	.132	.708	3.977	.000
	Orang	.368	.145	.278	2.537	.013
	Bukti Fisik	.432	.139	.357	3.112	.002
a. Dependent Variable: Kunjungan Konsumen						

Sumber: Data primer penulis diolah dari SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan adanya hubungan antar variabel X terhadap variabel terikat Y.

$$Y = 3,526 + 0,168 X1 + 0,401 X2 + 0,274 X3 + 0,267 X4 + 0,523 X5 + 0,368 X6 + 0,432 X7$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 3,526 dengan arti jika nilai variabel independen dianggap nol, maka Kunjungan Konsumen akan menurun sebesar 3,526.

Koefisien regresi Harga (X1) sebesar 0,168 berarti apabila Harga mengalami peningkatan maka Kunjungan Konsumen (Y) di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya juga akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi Produk (X2) sebesar 0,401 berarti apabila Produk

mengalami peningkatan maka Kunjungan Konsumen (Y) di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya juga akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi Lokasi (X3) sebesar 0,274 berarti apabila Lokasi mengalami peningkatan maka Kunjungan Konsumen (Y) di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya juga akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi Promosi (X4) sebesar 0,267 berarti apabila Promosi mengalami peningkatan maka Kunjungan Konsumen (Y) di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya juga akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi Proses (X5) sebesar 0,523 berarti apabila Proses mengalami peningkatan maka Kunjungan Konsumen (Y) di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya juga akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi Orang (X6) sebesar 0,368 berarti apabila Orang mengalami peningkatan maka Kunjungan Konsumen (Y) di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya juga akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi Bukti Fisik (X7) sebesar 0,432 berarti apabila Bukti Fisik mengalami peningkatan maka Kunjungan Konsumen (Y) di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya juga akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap.

**Uji F (Simultan)**

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4. 4 Hasil Uji F (Simultan)

		Sum of		Mean		
		Squares	ANOVA <sup>a</sup>	Square	F	Sig.
Model						
1	Regression	115.106	7	16.444	10.441	.000 <sup>b</sup>
	Residual	144.894	92	1.575		
	Total	260.000	99			
a. Dependent Variable: Kunjungan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Harga, Lokasi, Produk , Orang, Promosi, Proses						

Sumber: Data primer penulis yang diolah dari Mc.Excel, 2021

Berdasarkan tabel F pada  $(\alpha) = 5\%$  diketahui nilai F tabel dengan df pembilang = 7 dan df penyebut = 96 adalah sebesar 2,10. Hipotesis diterima jika nilai F hitung > F tabel, dengan begitu dapat disimpulkan bahwa:

Nilai F hitung pada penelitian ini sebesar 10,441 > F tabel sebesar 2,10 dan memiliki nilai sig. sebesar 0,000 sehingga disimpulkan bahwa secara simultan variabel Harga, Produk, Lokasi, Promosi, Proses, Orang, Bukti Fisik berpengaruh terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya.

**Uji t**

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing- masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Tingkat signifikan dalam penelitian ini adalah 5% (0,05).

Tabel 4. 5 Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.526	1.935		1.822	.072
	Harga	.168	.059	.229	2.862	.005
	Produk	.401	.200	.447	2.004	.048
	Lokasi	.274	.090	.260	3.044	.003
	Promosi	.267	.131	.277	2.045	.044
	Proses	.523	.132	.708	3.977	.000
	Orang	.368	.145	.278	2.537	.013
	Bukti Fisik	.432	.139	.357	3.112	.002
a. Dependent Variable: Kunjungan Konsumen						

Sumber: Data primer penulis yang diolah dari Mc.Excel, 2021

Dalam penelitian ini nilai  $df = 100 - 8 = 92$ , dengan nilai signifikansi ( $\alpha$ ) 5% diketahui nilai t sebesar 1,984. Hipotesis diterima jika nilai t hitung  $>$  t tabel, dalam penelitian ini nilai sig. 0,005 lebih kecil dari nilai probabilitas semua variabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti semua variabel (Harga, Produk, Lokasi, Promosi, Proses, Orang, dan Bukti Fisik) berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Konsumen di Café Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya.

#### **Analisa Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Koefisiensi determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R Square.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665 <sup>a</sup>	.443	.400	1.255

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Harga, Lokasi, Produk ,  
Orang, Promosi, Proses

Sumber: Output SPSS yang diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.25 dapat dilihat diperoleh hasil R Square sebesar 0,443 hal ini menunjukkan bahwa Kunjungan Konsumen dipengaruhi oleh variabel Harga, Produk, Lokasi, Promosi, Proses, Orang, Bukti Fisik sebesar 44,3 %. Sedangkan sisanya 56,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Pembahasan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka adapun rincian pembahasan dari hasil yang telah diperoleh, sebagai berikut.

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya. Harga merupakan salah satu faktor yang penting dalam berkembangnya sebuah usaha dan dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi Kunjungan Konsumen. Suatu bisnis yang baik tentu akan menjalin hubungan yang baik juga dengan konsumennya. Dengan begitu konsumen merasa suka jika harga yang ditawarkan di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya terjangkau. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga yang disediakan dengan alasan dapat berpengaruh secara langsung terhadap Kunjungan Konsumen di Café Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya.
2. Produk berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya. Produk merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam berkembangnya sebuah usaha dan dimana produk tersebut dapat mempengaruhi Kunjungan Konsumen. Dengan beragam varian produk yang disediakan akan membuat konsumen tertarik dan ingin menikmatinya sehingga konsumen tidak akan bosan karena banyak varian yang ada di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk yang disediakan dengan alasan dapat berpengaruh secara langsung terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya. Lokasi merupakan salah satu faktor penting untuk dalam berkembangnya suatu usaha yang sedang berjalan. Lokasi memberikan pengaruh terhadap Kunjungan Konsumen. Dengan adanya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau untuk dikunjungi oleh konsumen dari wilayah mana saja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi yang disediakan dengan alasan dapat berpengaruh secara langsung terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya.
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya. Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam berkembangnya suatu usaha dan dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi Kunjungan Konsumen. Dengan adanya promosi yang diberikan akan membuat konsumen senang, seperti memberikan chasback 30% dalam pembelian 3 cup Kopi Soe, dan memberikan giveaway pada hari-hari tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi yang disediakan

dengan alasan dapat berpengaruh secara langsung terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya.

5. Proses berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya. Proses merupakan salah satu faktor penting dalam berkembangnya sebuah usaha dan dimana faktor tersebut mempengaruhi Kunjungan Konsumen. Proses pada pembuatan produk Kopi Soe dengan cepat, bersih, dan sudah terjamin, akan membuat konsumen merasa aman. Dengan proses yang berjalan konsumen juga bisa menunggu sebentar pesanan yang sedang dibuatkan. Sehingga dapat disimpulkan proses harga yang disediakan dengan alasan dapat berpengaruh secara langsung terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya.
6. Orang/Karyawan berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya. Orang/Karyawan merupakan salah satu faktor paling penting dalam berkembangnya suatu usaha dan dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi kunjungan konsumen. Dengan orang/karyawan yang ramah dan cepat dalam melayani konsumen akan merasa senang dan adanya jadwal kerja yang sudah diterapkan akan membuat karyawan disiplin dalam waktu maupun pekerjaan masing- masing. Sehingga dapat disimpulkan bahwa orang/karyawan yang disediakan dengan alasan dapat berpengaruh secara langsung terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya.
7. Bukti Fisik juga berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya. Bukti fisik merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam berkembangnya suatu usaha dan dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi kunjungan konsumen. Dengan adanya fasilitas seperti tempat parkir yang luas dan aman, peralatan untuk bekerja, kemudian di saat kondisi ppkm juga menyediakan tempat cuci tangan dan handsainitaizer untuk para bapak gojek dan konsumen yang datang di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya maka konsumen akan merasa aman akan hal itu untuk berkunjung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bukti fisik yang disediakan dengan alasan dapat berpengaruh secara langsung terhadap Kunjungan Konsumen di Cafe Kopi Soe Tenggilis Mejoyo Surabaya.

## **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Proses berpengaruh signifikan dalam kunjungan konsumen pada Cafe Kopi Soe karena merupakan salah satu faktor penting dan dominan diantara variabel lainnya. Dengan proses pembuatan pesanan dan pelayanan yang cepat sehingga dapat membuat konsumen senang karena tidak lama untuk harus menunggu.
- 2) Bukti fisik berpengaruh signifikan dalam kunjungan konsumen pada Cafe Kopi Soe karena dengan ruangan yang luas dan nyaman, parkir yang luas, dan dengan kondisi pandemi Kopi Soe juga menyediakan penerapan protokol kesehatan sehingga membuat konsumen merasa nyaman dengan suasanaanya, dan menikmati Kopi Soe dengan bersantai.
- 3) Lokasi berpengaruh signifikan dalam kunjungan konsumen pada Cafe Kopi

Soe karena dengan lokasi dan tempat yang strategis mudah dijangkau oleh konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, (2010). Repository Universitas Bojonegoro.
- Kuncoro, (2013). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Himawan putra medan. Jurnal Ilmiah Methonomi Vol. 3 No. 2 .J Sinurat Elferida . 2017 No.2 , April 2020
- Slovin dan Mustafa, (2010). Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol 7, no 1. 2021
- Sugiyono, (2008). Metodologi Penelitian, UIN.malang.edu/perpustakaan.Uin.Edu, Perpustakaan.Upi.Edu
- Sugiyono, (2008). Efektivitas Reformasi Birokrasi Dalam Konteks Kecakapan Warga Negara (Civic Skill) Sebagai Upaya Mewujudkan Good Governance Universitas Pendidikan Indonesia Repository.Upi.Edu, Perpustakaan.Upi.Edu. 2015