

**Laporan Akhir Hasil Pengamatan Analisis Statistik Inferensial
Perbandingan Kepuasan Mixue
Di Area Gading Serpong**



Disusun Oleh

Damar Kusuma Yuda	23401010163
Fertina Yolanda	23401010189
Antonius Bagas Pratama	23401010124
Amelia Putri Rizqita	23401010188

**PROGRAM STUDI LOGISTIK NIAGA ELEKTRONIK
MULTIMEDIA NUSANTARA POLYTECHNIC
TANGERANG, BANTEN**

DAFTAR ISI

BAB 1.....	3
PENDAHULUAN.....	3
1.1. Latar Belakang.....	3
1.2. Tujuan Pengamatan.....	4
1.3. Sampel dan Populasi.....	5
1.4 Teknik Pengolahan Data.....	6
BAB 2.....	8
PENYUSUNAN KUESIONER.....	8
2.1. Variabel Penelitian.....	8
2.1.2. Variabel Independen.....	8
2.1.3. Variabel Dependental.....	10
2.1.2. Metode Pengumpulan Data.....	10
1.2.1. Instrumen Penelitian.....	10
2.2.2. Populasi dan Sampel.....	10
BAB 3.....	12
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	12
3.1. Analisis Deskriptif.....	12
3.2. Uji Linearitas dan Uji Reliabilitas.....	12
3.2.1. Uji Linearitas.....	12
3.2.2. Uji Reliabilitas.....	19
BAB 4.....	30
KESIMPULAN.....	30
4.1. Implikasi.....	30
4.2 Kesimpulan.....	30

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mixue, merek minuman dan es krim yang berasal dari Tiongkok, telah mengalami pertumbuhan yang fenomenal di Indonesia sejak memasuki pasar pada tahun 2020. Dengan konsep "es krim dan teh susu murah", Mixue berhasil menarik perhatian konsumen Indonesia yang mencari alternatif minuman segar dengan harga terjangkau. Ekspansi pesat Mixue, yang ditandai dengan pembukaan ratusan gerai dalam waktu singkat, menunjukkan tingginya permintaan dan antusiasme konsumen terhadap produk-produk mereka.

Namun, seiring dengan pertumbuhan yang cepat ini, Mixue menghadapi tantangan untuk mempertahankan konsistensi kualitas produk, harga yang kompetitif, dan standar pelayanan di seluruh gerainya. Dalam industri makanan dan minuman yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang dapat menentukan keberhasilan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis. Pelanggan yang puas tidak hanya cenderung melakukan pembelian berulang, tetapi juga dapat menjadi advokat merek yang efektif melalui word-of-mouth dan ulasan positif di media sosial.

Studi tentang kepuasan pelanggan Mixue menjadi semakin relevan mengingat adanya dinamika pasar yang kompleks. Faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan pelayanan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan. Kualitas produk, yang mencakup rasa, tekstur, dan konsistensi, menjadi pondasi utama dalam industri minuman. Sementara itu, strategi harga Mixue yang menawarkan produk dengan harga terjangkau perlu terus dievaluasi untuk memastikan keseimbangan antara daya saing dan profitabilitas. Aspek pelayanan, termasuk kecepatan, keramahan staf, dan kebersihan gerai, juga berkontribusi signifikan terhadap keseluruhan pengalaman pelanggan.

Dalam konteks ini, analisis mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Mixue menjadi sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kontribusi relatif dari kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mixue. Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi manajemen Mixue dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan

pelanggan, mempertahankan loyalitas, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di tengah lanskap industri minuman yang terus berubah.

1.2. Tujuan Pengamatan

Tujuan dari pengamatan ini adalah untuk melakukan analisis mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Mixue, dengan fokus pada tiga aspek utama yang dianggap memiliki peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan tersebut. Pengamatan pertama akan dilakukan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Mixue.

Dalam konteks ini, kami akan mengeksplorasi apakah perbedaan harga yang ditawarkan di berbagai produk Mixue dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai yang mereka terima, serta sejauh mana harga menjadi faktor yang signifikan dalam membentuk tingkat kepuasan mereka. Mengingat pentingnya harga dalam keputusan pembelian, kami akan memeriksa apakah harga yang dianggap wajar atau kompetitif memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengamatan kedua akan berfokus pada kualitas produk yang disediakan oleh Mixue. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana kualitas produk, termasuk rasa, penyajian, dan konsistensi produk, berkontribusi terhadap pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dalam hal ini, kami akan menganalisis apakah pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap kepuasan mereka. Mengingat bahwa kualitas produk sering kali menjadi faktor utama dalam loyalitas pelanggan, kami ingin menggali lebih dalam apakah kualitas yang tinggi dapat secara langsung meningkatkan kepuasan dan apakah ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, pengamatan ketiga akan berfokus pada aspek pelayanan yang diberikan oleh karyawan Mixue. Pengalaman pelanggan tidak hanya bergantung pada harga dan kualitas produk, tetapi juga pada seberapa baik pelayanan yang diberikan selama transaksi.

Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti bagaimana sikap, keterampilan, dan kecepatan pelayanan dari staf Mixue memengaruhi kepuasan pelanggan. Kami akan melihat

apakah pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien dapat memperbaiki pengalaman pelanggan, serta sejauh mana pelayanan ini berperan dalam menciptakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Terakhir, penelitian ini akan menggunakan metode analisis ANOVA untuk menguji pengaruh simultan antara harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mixue. Dengan menggunakan analisis ANOVA, kami bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada perbedaan signifikan dalam tingkat kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut secara bersamaan.

Analisis ini akan membantu kami memahami seberapa besar kontribusi masing-masing faktor dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dan apakah interaksi antara harga, kualitas produk, dan pelayanan dapat saling memperkuat atau mempengaruhi satu sama lain. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat ditemukan gambaran yang lebih holistik mengenai faktor-faktor yang berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan Mixue, yang nantinya dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan strategis dalam meningkatkan kualitas layanan di masa depan.

1.3. Sampel dan Populasi

Populasi yang menjadi fokus penelitian ini terdiri dari seluruh pelanggan Mixue yang mengunjungi empat gerai yang terletak di area Gading Serpong. Keempat gerai tersebut meliputi Mixue SDC (Summarecon Digital Centre), Mixue Bolsena, Micue Allogio, dan Mixue Aniva Junction. Dengan cakupan populasi yang luas, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan dan produk yang ditawarkan oleh masing-masing gerai.

Sampel penelitian ini terdiri dari 80 responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Responden harus berusia minimal 17 tahun dan telah melakukan pembelian di salah satu gerai Mixue di Gading Serpong. Pemilihan sampel dilakukan secara acak untuk memastikan bahwa setiap pelanggan memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi.

Dengan jumlah sampel yang cukup, hasil penelitian diharapkan dapat mencerminkan pandangan dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan sehingga analisis yang dilakukan dapat memberikan wawasan yang valid dan representasi mengenai kepuasan pelanggan di Mixue.

1.4 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan statistik yang berfokus pada analisis kuantitatif untuk menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Sebagai langkah awal, dilakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data yang dikumpulkan, termasuk mendeskripsikan distribusi frekuensi, nilai rata-rata, median, serta variasi dalam data melalui ukuran seperti standar deviasi dan varians. Analisis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar tentang pola umum yang muncul dari data responden.

Selanjutnya, untuk menguji hubungan antar variabel, penelitian ini menggunakan beberapa uji statistik inferensial. Salah satunya adalah uji ANOVA (Analysis of Variance), yang digunakan untuk membandingkan perbedaan rata-rata antara beberapa kelompok yang ada dalam sampel.

Teknik ini penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpotensi menyebabkan perbedaan signifikan dalam hasil penelitian. Selain itu, untuk melihat keterkaitan antara variabel independen dan dependen, penelitian ini juga menggunakan uji regresi, baik regresi linear sederhana maupun berganda, yang memungkinkan peneliti untuk menentukan sejauh mana satu atau lebih variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Sebagai langkah tambahan, untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi asumsi analisis yang benar, dilakukan uji linearitas. Uji ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan akurat. Dengan memastikan bahwa hubungan antar variabel memenuhi asumsi linearitas, penelitian dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih valid dan sesuai dengan model analisis yang digunakan.

Sementara itu, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dapat diandalkan dalam penelitian lebih lanjut. Semua teknik ini bekerja secara sinergis untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan dapat memberikan gambaran yang akurat dan menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti.

BAB 2

PENYUSUNAN KUESIONER

2.1. Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan dua jenis variabel yang saling terkait, yaitu variabel independen dan variabel dependen, yang akan dianalisis untuk mengukur pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

2.1.2. Variabel Independen

A. Harga

Harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Dalam penelitian ini, harga diukur melalui beberapa indikator yang mencerminkan sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan ekspektasi pelanggan.

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur harga meliputi:

- | |
|---|
| 1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk (Mengukur apakah pelanggan merasa harga yang dibayar sesuai dengan kualitas produk yang diterima.) |
| 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk (Mengukur apakah pelanggan merasa harga yang dibayar sesuai dengan kualitas produk yang diterima.) |
| 3. Daya saing harga dibandingkan dengan kompetitor (Mengukur sejauh mana harga produk atau layanan yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing di pasar). |

Table 1.0 , Konstruk Penilaian Indikator Harga

B. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka. Produk yang berkualitas dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan meningkatkan peluang mereka untuk melakukan pembelian berulang. Indikator untuk mengukur kualitas produk meliputi:

1. Variasi dan inovasi rasa es krim (Menilai seberapa beragam dan inovatif rasa yang ditawarkan oleh produk es krim yang dijual).
2. Kualitas produk mixue di banding kompetitor lain (Mengukur sejauh mana kualitas produk yang ditawarkan lebih baik dari kompetitor lain).
3. Kecepatan karyawan mixue (Mengukur sejauh mana kecepatan karyawan dalam membuat menu dan menjaga kualitasnya).

Table 1.1 , Konstruk Penilaian Indikator Kualitas Produk.

C. Pelayanan

Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan kesan positif yang bertahan lama. Pelayanan yang cepat, ramah, dan bersih menjadi bagian penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah:

1. Kecepatan dan kesesuaian pesanan: (Menilai seberapa cepat proses pelayanan dilakukan kepada pelanggan, mulai dari pemesanan hingga pembayaran. Dan kesesuaian menu dengan permintaan pelanggan).
2. Keramahan staf (Mengukur sikap dan keramahan staf dalam berinteraksi dengan pelanggan).
3. Kebersihan gerai (Menilai kebersihan dan kenyamanan lingkungan gerai atau toko yang akan mempengaruhi kenyamanan pelanggan selama berbelanja).
4. Merasa dihargai dalam pelayanan (Mengukur sikap dalam pelayanan staff dalam menerima pelanggan).

Table 1.3 , Konstruk Penilaian Indikator Kualitas Produk.

2.1.3. Variabel Dependen

A. Kepuasan Pelanggan

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah **Kepuasan Pelanggan**, yang menjadi fokus utama untuk mengukur sejauh mana produk dan layanan yang diberikan Mixue mampu memenuhi kebutuhan, harapan, dan keinginan pelanggan. Kepuasan pelanggan mencerminkan pengalaman keseluruhan mereka terhadap produk yang diterima, mulai dari kualitas rasa, konsistensi, hingga nilai yang dirasakan.

Dalam penelitian ini, indikator utama yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah **kepuasan terhadap produk secara keseluruhan**, yang mencakup persepsi pelanggan terhadap rasa, kualitas, inovasi, dan daya saing produk Mixue antar outlet di daerah Gading Serpong. Penilaian ini bertujuan untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan secara holistik, sehingga dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk meningkatkan strategi layanan dan kualitas produk di masa mendatang.

2.1.2. Metode Pengumpulan Data

1.2.1. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen berupa **kuesioner** dengan skala Likert 5 poin sebagai alat utama untuk mengumpulkan data dari responden. Skala ini dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan Mixue secara sistematis.

Responden diminta untuk memberikan penilaian berdasarkan lima kategori, yaitu **Sangat Tidak Puas (1)**, **Tidak Puas (2)**, **Cukup Puas (3)**, **Puas (4)**, dan **Sangat Puas (5)**. Dengan skala ini, data yang diperoleh dapat mencerminkan persepsi dan pengalaman pelanggan secara kuantitatif, memungkinkan analisis yang lebih mendalam terkait tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek yang diteliti.

2.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelanggan Mixue yang berada di area Gading Serpong, tanpa batasan jenis kelamin atau kategori tertentu. Untuk mendapatkan hasil yang representatif, penelitian ini menggunakan sampel dengan kriteria khusus.

Kriteria tersebut mencakup pelanggan yang telah melakukan pembelian produk Mixue minimal dua kali, berusia minimal 17 tahun, dan pernah bertransaksi di salah satu dari tujuh outlet Mixue yang ada di area Gading Serpong. Dengan kriteria ini, penelitian bertujuan memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian yang valid. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 responden, yang dipilih untuk mencerminkan pandangan populasi secara keseluruhan

BAB 3

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik responden dan pola distribusi jawaban yang diperoleh. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memahami profil demografis responden, seperti usia, jenis kelamin, dan latar belakang mereka, serta mengidentifikasi frekuensi kunjungan pelanggan ke outlet Mixue.

Selain itu, analisis ini juga mencakup preferensi responden terhadap outlet tertentu di area penelitian dan distribusi jawaban untuk setiap variabel yang diukur. Hasil dari analisis deskriptif ini memberikan konteks awal yang penting untuk memahami data sebelum dilakukan analisis lanjutan.

3.2. Uji Linearitas dan Uji Reliabilitas

3.2.1. Uji Linearitas

A. Outlet Faraday / Allogio

1. Satisfaction * Price

Nilai F untuk linearitas = 183.160 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan bersifat sangat signifikan dan linear.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.687 (> 0.05), menunjukkan tidak ada penyimpangan dari hubungan linear. Artinya, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dapat diwakili dengan baik oleh model linear.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Price	Between Groups	(Combined)	972.590	37.098	.000
		Linearity	4801.846	183.160	.000
		Deviation from Linearity	15.276	.583	.687
	Within Groups		26.217		
	Total				

*Hasil anova Satisfaction * Price outlet Allogio*

2. Satisfaction * Service

Nilai F untuk linearitas = 183.745 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan bahwa pelayanan memiliki hubungan sangat signifikan dengan kepuasan pelanggan secara linear.

Deviation from linearity dengan nilai Sig. = 0.636 (> 0.05) mengindikasikan tidak ada penyimpangan dari hubungan linear, yang berarti pelayanan dapat dijelaskan dengan baik melalui model linear.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Service	Between Groups	(Combined)	814.958	31.224	.001
		Linearity	4795.757	183.745	.000
		Deviation from Linearity	18.799	.720	.636
	Within Groups		26.100		
	Total				

*Hasil anova Satisfaction * Service outlet Allogio*

3. Satisfaction * Quality

Nilai F untuk linearitas = 413.207 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan hubungan sangat signifikan dan linear antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.244 (> 0.05), menunjukkan hubungan yang linear tanpa penyimpangan yang signifikan.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Quality	Between Groups	(Combined)	826.931	70.477	.000
		Linearity	4848.294	413.207	.000
		Deviation from Linearity	22.658	1.931	.244
	Within Groups		11.733		
	Total				

*Hasil anova Satisfaction *Quality outlet Allogio*

Hasil ini menunjukkan bahwa Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk memiliki hubungan yang sangat signifikan dan linear dengan Kepuasan Pelanggan di outlet Mixue outlet Allogio. Hubungan linear ini mencerminkan bahwa ketiga variabel tersebut secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

B. SDC (Summarecon Digital Centre)

1. Satisfaction * Price

Nilai F untuk linearitas = 76.353 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan hubungan yang sangat signifikan dan linear antara harga dan kepuasan pelanggan.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.668 (> 0.05), menunjukkan tidak ada penyimpangan signifikan dari hubungan linear. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan terhadap harga Mixue berkontribusi langsung terhadap kepuasan mereka.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Price	Between Groups	(Combined)	720.571	19.487	.000
		Linearity	2823.346	76.353	.000
		Deviation from Linearity	19.646	.531	.668
	Within Groups		36.978		
	Total				

*Hasil anova Satisfaction *Price outlet SDC (Summarecon Digital Centre)*

2. Satisfaction * Service

Nilai F untuk linearitas = 90.565 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan hubungan yang sangat signifikan dan linear antara pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.355 (> 0.05), mengindikasikan tidak ada penyimpangan dari hubungan linear. Ini mempertegas bahwa pelayanan yang diberikan oleh staf Mixue memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara langsung.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Service	Between Groups	(Combined)	437.415	13.996	.000
		Linearity	2830.485	90.565	.000
		Deviation from Linearity	38.571	1.234	.355
	Within Groups		31.253		
	Total				

*Hasil anova Satisfaction * Service SDC (Summarecon Digital Centre)*

3. Satisfaction * Quality

Nilai F untuk linearitas = 186.564 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.796 (> 0.05), menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan bersifat linear tanpa penyimpangan yang signifikan. Ini menegaskan bahwa kualitas produk Mixue merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Quality	Between Groups	(Combined)	461.763	27.082	.000
		Linearity	3181.020	186.564	.000
	Within Groups	Deviation from Linearity	8.554	.502	.796
		Total	17.051		

*Hasil anova Satisfaction * Service outlet SDC (Summarecon Digital Centre)*

Hasil analisis untuk outlet Mixue outlet SDC menunjukkan bahwa variabel Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk memiliki hubungan yang sangat signifikan dan linear dengan variabel Kepuasan Pelanggan. Tidak ada penyimpangan signifikan dari hubungan linear untuk ketiga variabel tersebut, yang menunjukkan bahwa pelanggan di outlet ini merespons langsung terhadap ketiga faktor tersebut dalam menentukan tingkat kepuasan mereka.

C. Outlet Aniva Junction

1. Satisfaction * Price

Nilai F untuk linearitas = 17.871 dengan Sig. = 0.002, menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan bersifat signifikan dan linear.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.258 (> 0.05), menunjukkan tidak ada penyimpangan signifikan dari hubungan linear. Ini

mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan terhadap harga Mixue memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Price	Between Groups	(Combined)	376.387	4.846	.020
		Linearity	1387.984	17.871	.002
		Deviation from Linearity	123.487	1.590	.258
	Within Groups		77.667		
Total					

*Hasil anova Satisfaction *Price outlet Aniva*

2. Satisfaction * Service

Nilai F untuk linearitas = 100.377 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan hubungan yang sangat signifikan dan linear antara pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.732 (> 0.05), yang menunjukkan tidak ada penyimpangan signifikan dari hubungan linear. Artinya, pelayanan yang diberikan oleh staf Mixue berdampak langsung pada kepuasan pelanggan.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Service	Between Groups	(Combined)	399.197	17.193	.000
		Linearity	2330.636	100.377	.000
		Deviation from Linearity	12.909	.556	.732
	Within Groups		23.219		
Total					

*Hasil anova Satisfaction * Service Outlet Aniva*

3. Satisfaction * Quality

Nilai F untuk linearitas = 58.460 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan kepuasan pelanggan.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.239 (> 0.05), yang menunjukkan bahwa hubungan ini linear tanpa penyimpangan signifikan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor kunci dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Quality	Between Groups	(Combined)	384.267	11.165	.002
		Linearity	2012.000	58.460	.000
		Deviation from Linearity	58.720	1.706	.239
	Within Groups		34.417		
	Total				

*Hasil anova Satisfaction * Service outlet Aniva*

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk memiliki hubungan yang signifikan dan linear dengan Kepuasan Pelanggan di outlet Mixue outlet Anniva. Tidak adanya penyimpangan signifikan dari linearitas untuk ketiga variabel tersebut memperkuat temuan bahwa faktor-faktor ini secara langsung berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan di outlet ini.

D. Outlet Bolsena

1. Satisfaction * Price

Nilai F untuk linearitas = 18.757 dengan Sig. = 0.001, menunjukkan hubungan yang sangat signifikan dan linear antara harga dan kepuasan pelanggan.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.145 (> 0.05), menunjukkan tidak ada penyimpangan signifikan dari hubungan linear. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan terhadap harga Mixue di outlet Bolsena memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan mereka.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Price	Between Groups	(Combined)	277.281	6.315	.006
		Linearity	823.560	18.757	.001
		Deviation from Linearity	95.188	2.168	.145
	Within Groups		43.906		
	Total				

*Hasil anova Satisfaction *Price outlet Bolsena*

2. Satisfaction * Service

Nilai F untuk linearitas = 54.344 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara pelayanan dan kepuasan pelanggan secara linear.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.060 (> 0.05), yang menunjukkan tidak ada penyimpangan signifikan dari hubungan linear. Artinya, kualitas pelayanan di Mixue Bolsena memiliki pengaruh yang nyata terhadap kepuasan pelanggan.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Service	Between Groups	(Combined)	208.119	10.454	.001
		Linearity	1081.841	54.344	.000
		Deviation from Linearity	62.499	3.139	.060
	Within Groups		19.907		
	Total				

*Hasil anova Satisfaction * Service outlet Bolsena*

4. Satisfaction * Quality

Nilai F untuk linearitas = 83.366 dengan Sig. = 0.000, menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Deviation from linearity memiliki nilai Sig. = 0.745 (> 0.05), yang menunjukkan hubungan ini linear tanpa penyimpangan signifikan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas produk Mixue di outlet Bolsena menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

ANOVA Table

			Mean Square	F	Sig.
Satisfaction * Quality	Between Groups	(Combined)	244.278	14.341	.000
		Linearity	1420.005	83.366	.000
		Deviation from Linearity	9.132	.536	.745
	Within Groups		17.033		
	Total				

*Hasil anova Satisfaction * Service outlet Bolsena*

Hasil analisis menunjukkan bahwa di outlet Mixue outlet Bolsena, variabel Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk memiliki hubungan yang sangat signifikan dan linear dengan Kepuasan Pelanggan. Tidak adanya penyimpangan signifikan dari linearitas memperkuat kesimpulan bahwa ketiga faktor ini secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan di outlet tersebut.

Secara keseluruhan, hubungan antara Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan bersifat konsisten di semua outlet yang dianalisis. Ketiga variabel ini memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan tanpa adanya penyimpangan signifikan dari linearitas.

1. **Harga:** Penting bagi Mixue untuk menjaga harga tetap kompetitif sambil memastikan bahwa pelanggan merasakan nilai yang sebanding dengan kualitas produk.
2. **Pelayanan:** Staf harus terus dilatih untuk meningkatkan keramahan, kecepatan pelayanan, dan menjaga kebersihan outlet demi pengalaman pelanggan yang optimal.
3. **Kualitas Produk:** Konsistensi dalam kualitas produk, inovasi rasa, dan keunggulan dibandingkan kompetitor harus menjadi prioritas untuk menjaga tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

3.2.2. Uji Reliabilitas

A. Outlet Faraday / Allogio

1. Price

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cornbach's Alpha sebesar 0.979 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 2. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen harga (price) ini memiliki reliabilitas sangat tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue Allogio.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.979	2

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet Allogio

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Price 1	4.0833	1.902	.959	.
Price 2	3.9167	1.720	.959	.

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet Allogio

2. Quality

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.820 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 3. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen kualitas (Quality) ini memiliki reliabilitas sangat tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue Allogio.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	3

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet Allogio

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas 1	8.0833	3.720	.553	.896
Kualitas 2	7.6667	3.697	.765	.664
Kualitas 3	7.9167	3.902	.735	.699

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet Allogio

3. Service

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cornbach's Alpha sebesar 0.957 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 4. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen service ini memiliki reliabilitas sangat tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue Allogio.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	4

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet Allogio

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Service 1	12.5833	9.720	.884	.949
Service 2	12.3333	9.697	.938	.930
Service 3	12.1667	11.970	.868	.959
Service 4	12.4167	9.902	.932	.932

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet Allogio

B. Outlet SDC (Summarecon Digital Centre)

1. Price

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cornbach's Alpha sebesar 0.602 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 2. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen harga (price) ini memiliki reliabilitas yang cukup memadai dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue SDC (Summarecon Digital Centre).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.602	2

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet SDC

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Price 1	4.3000	.853	.476	.
Price 2	4.3500	.345	.476	.

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet SDC

2. Quality

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cornbach's Alpha sebesar 0.906 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 3. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen kualitas (Quality) ini memiliki reliabilitas yang sangat tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue SDC (Summarecon Digital Centre).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	3

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet SDC

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas 1	8.2500	2.934	.860	.847
Kualitas 2	8.5000	2.263	.788	.912
Kualitas 3	8.3500	2.661	.836	.847

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet SDC

3. Service

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cornbach's Alpha sebesar 0.915 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 4. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen service ini memiliki reliabilitas yang

sangat tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue SDC (Summarecon Digital Centre).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	4

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet SDC

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Service 1	13.1500	4.134	.874	.865
Service 2	13.0500	4.366	.822	.884
Service 3	12.7500	5.566	.609	.949
Service 4	12.9500	4.471	.947	.842

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet SDC

C. Outlet Aniva

1. Price

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.445 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 2. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen harga (price) ini memiliki reliabilitas yang rendah dan kurang dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue Aniva. Perlu dilakukan perbaikan pada instrumen, seperti penambahan atau revisi item, agar reliabilitas dapat ditingkatkan.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.445	2

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet Aniva

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Price 1	3.9333	1.067	.289	.
Price 2	4.0000	1.429	.289	.

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet Aniva

2. Quality

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cornbach's Alpha sebesar 0.849 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 3. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen kualitas (Quality) ini memiliki reliabilitas yang sangat tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue Aniva.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	3

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet Aniva

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas 1	8.2000	1.886	.745	.798
Kualitas 2	8.0000	2.429	.674	.831
Kualitas 3	7.6667	2.952	.864	.748

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet Aniva

3. Service

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cornbach's Alpha sebesar 0.699 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 4. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen service ini memiliki reliabilitas yang cukup memadai dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue Bolsena.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	4

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet Aniva

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Service 1	12.0667	5.924	.499	.627
Service 2	12.1333	5.552	.562	.587
Service 3	11.8667	5.410	.443	.671
Service 4	12.1333	6.267	.449	.657

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet Aniva

D. Outlet Bolsena

1. Price

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.445 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 2. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen harga (price) ini memiliki reliabilitas yang rendah dan kurang dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue Aniva. Perlu dilakukan perbaikan pada instrumen, seperti penambahan atau revisi item, agar reliabilitas dapat ditingkatkan.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.445	2

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet Bolsena

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Price 1	3.9333	1.067	.289	.
Price 2	4.0000	1.429	.289	.

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet bolsena

2. Quality

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cornbach's Alpha sebesar 0.849 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 3. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen kualitas (Quality) ini memiliki reliabilitas yang sangat tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue Aniva.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	3

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet Bolsena

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas 1	8.2000	1.886	.745	.798
Kualitas 2	8.0000	2.429	.674	.831
Kualitas 3	7.6667	2.952	.864	.748

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet bolsena

3. Service

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cornbach's Alpha sebesar 0.699 dengan jumlah item yang diuji sebanyak 4. Berdasarkan kriteria reliabilitas ($\alpha > 0.6$), instrumen service ini memiliki reliabilitas yang cukup memadai dan dapat dipercaya untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap harga di outlet Mixue Bolsena.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	4

Hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) outlet Bolsena

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Service 1	12.0667	5.924	.499	.627
Service 2	12.1333	5.552	.562	.587
Service 3	11.8667	5.410	.443	.671
Service 4	12.1333	6.267	.449	.657

Hasil Uji Reliabilitas Item Price outlet bolsena

Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang bervariasi di antara outlet Mixue. Secara umum, berikut adalah hasil representasi secara keseluruhan:

1. Price

Hasil uji reliabilitas untuk variabel harga menunjukkan variasi signifikan. Di Outlet Faraday / Allogio, nilai Cronbach's Alpha adalah 0.979, mencerminkan reliabilitas yang sangat tinggi yang berarti pengukuran kepuasan pelanggan terkait harga pada outlet ini sangat konsisten. Outlet SDC menunjukkan nilai 0.602, cukup memadai, namun masih perlu perbaikan. Di Outlet Bolsena, nilai 0.627 juga cukup baik, sementara Outlet Aniva memiliki nilai terendah yaitu 0.445, yang menunjukkan perlunya revisi yang signifikan.

2. Quality

Variabel kualitas menunjukkan hasil yang lebih konsisten. Di Outlet Faraday / Allogio, nilai Cronbach's Alpha mencapai 0.820, yang menunjukkan pengukuran kepuasan pelanggan di outlet ini dapat diandalkan. Outlet SDC menunjukkan nilai 0.906, juga sangat tinggi yang

menunjukkan pengukuran sangat konsisten. Namun, Outlet Bolsena hanya mencapai 0.515, yang rendah dan pengukuran Quality pada outlet ini perlu ditingkatkan dalam meningkatkan keakuratan hasil. Outlet Aniva mencatat nilai 0.849, menunjukkan reliabilitas yang baik.

3. Service

Untuk variabel pelayanan, hasilnya konsisten di semua outlet. Outlet Faraday / Allogio mencatat nilai 0.957, yang sangat tinggi, diikuti oleh Outlet SDC dengan nilai 0.915. Outlet Bolsena menunjukkan nilai 0.809, juga sangat baik, sementara Outlet Aniva memiliki nilai 0.699, yang cukup memadai. Secara keseluruhan, pengukuran kepuasan pelanggan terkait pelayanan menunjukkan reliabilitas yang baik di sebagian besar outlet.

3.3. Uji One Way Anova

Uji One-Way ANOVA dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan kepuasan pelanggan di beberapa outlet Mixue di Gading Serpong.

Berikut adalah kesimpulan data yang sudah dikumpulkan:

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
SDC	20	1707.333333	85.36666667	182.4754386
Allogio	12	963.6666667	80.30555556	455.4486532
Aniva	15	1195.833333	79.72222222	182.6058201
Bolsena	17	1410	82.94117647	103.7706291

Total responden yang dianalisis adalah 80, yang terbagi ke empat outlet mixue yaitu: SDC (20), Allogio (20), Aniva (20), dan Bolsena (20). Berikut adalah hasil uji One-Way ANOVA dari keempat outlet Mixue yang telah ditentukan:

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	341.0354729	3	113.678491	0.537326897	0.658519	2.758078
Within Groups	12693.78007	60	211.5630011			
Total	13034.81554	63				

Berdasarkan hasil uji One-Way ANOVA, dapat menentukan hipotesis sebagai berikut:

- H0 (Hipotesis Nol): Tidak ada perbedaan kepuasan pelanggan antar outlet.
- H1 (Hipotesis Alternatif): Ada Perbedaan kepuasan pelanggan antar outlet.

Dengan nilai F-hitung (0.537) yang lebih kecil dari F kritis (2.75) dan P-value (0.568) yang lebih besar dari 0.05, artinya tidak dapat menolak hipotesis nol (H0). Ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam tingkat kepuasan pelanggan antara outlet SDC, Allogio, Aniva, dan Bolsena di Gading Serpong.

Hasil ini menunjukkan bahwa semua outlet memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang relatif sama. Manajemen dapat mempertimbangkan untuk menyelaraskan strategi layanan dan produk di setiap outlet agar pengalaman pelanggan tetap konsisten dan memuaskan di seluruh lokasi.

BAB 4

KESIMPULAN

4.1. Implikasi

Implikasi manajerial merujuk pada langkah-langkah strategis yang harus diambil oleh manajemen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja outlet berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi manajemen outlet Mixue di Gading Serpong untuk meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Kepuasan Pelanggan:

Manajemen perlu melakukan evaluasi rutin terhadap tingkat kepuasan pelanggan melalui survei dan umpan balik untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, serta memastikan bahwa standar layanan tetap konsisten di semua outlet.

2. Kualitas Layanan:

Peningkatan kualitas layanan menjadi prioritas, termasuk pelatihan karyawan dalam keterampilan komunikasi dan pelayanan yang baik, untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan meningkatkan loyalitas.

3. Variasi Produk:

Manajemen harus mempertimbangkan untuk memperkenalkan variasi produk yang sesuai dengan preferensi pelanggan di masing-masing outlet, berdasarkan analisis data penjualan dan umpan balik pelanggan, guna menarik lebih banyak pelanggan.

4.2 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dibuat, yaitu mengetahui perbedaan antar empat outlet Mixue, Bolsena, SDC, Allogio, dan Anniva, di Gading Serpong menggunakan statistik model Anova. Hasil akhir menyatakan bahwa tidak ada perbedaan. Artinya semua outlet memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang relatif sama.

Kemudian dilakukanya uji linearibilitas menyatakan bahwa keempat outlet tersebut memiliki signifikansi dimana secara keseluruhan, hubungan antara Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan bersifat konsisten di semua outlet yang dianalisis. Dan dalam uji reabilitas hasil menunjukkan bahwa semua outlet memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang relatif sama.

Daftar Pustaka

<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/boga/article/download/11579/1112>

6

[Penerapan Metode Anova untuk Analisis Rata-rata Produksi Donat, Burger, dan Croissant pada Toko Roti Animo Bakery](#)