

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Cafe I'm You Ciamis

4.1.1.1 Profil Cafe I'm You Ciamis

I'm You Cafe merupakan salah satu destinasi kuliner yang berlokasi strategis di pusat kota Ciamis, tepatnya di Jl. Ir. H. Juanda No. 92, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Berdiri sejak tahun 2023 dengan dukungan 11 karyawan, kafe ini memiliki latar belakang pendirian yang unik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Operasional, I'm You Cafe lahir dari kegemaran keluarga pemilik (*owner*) terhadap dunia kuliner. Ide tersebut berkembang menjadi sebuah bisnis berkonsep *coffee and eatery* yang memadukan kehangatan keluarga dengan profesionalisme pelayanan. Nama "I'm You" sendiri merupakan akronim kreatif yang menggabungkan nama pemiliknya, yaitu Im (Imam) dan You (Yountea).

I'm You Cafe menonjolkan ciri khas arsitektur melalui atap berbentuk segitiga yang mengadopsi estetika Rumah Joglo. Perpaduan ini memberikan kesan *homie* dan nyaman, layaknya berada di rumah joglo pedesaan namun dengan sentuhan modern di tengah hiruk-pikuk kota. Dengan konsep "rumah" tersebut, pengunjung diharapkan merasa tenang dan betah seperti berada di kediaman sendiri. Visual dari bangunan I'm You Cafe dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber : Im You Cafe Ciamis

Gambar 4. 1
Bangunan You café Ciamis

Setiap sudut bangunan tidak hanya memancarkan estetika klasik yang autentik, tetapi juga menciptakan suasana teduh bagi pengunjung. Selain area utama di rumah joglo, tersedia pula berbagai spot menarik lainnya, yaitu area luar ruangan (*outdoor*) di lantai bawah serta area *semi-outdoor* di lantai atas yang dilengkapi dengan fasilitas live music.

Selain keunikan bangunan, I'm You Cafe juga menghadirkan kekhasan pada produknya. Salah satu menu unggulan (*best seller*) adalah Pasta. I'm You Cafe melakukan inovasi dengan menyajikan pasta yang sedikit berkuah, memberikan sensasi rasa segar dan unik sebagaimana terlihat pada gambar berikut:



Sumber : Im You Cafe

Gambar 4. 2
Pasta Im You cafe

Pihak manajemen berkomitmen penuh menjaga konsistensi rasa dengan menggunakan bahan baku pilihan serta proses penimbangan yang akurat agar setiap porsi memiliki proporsi rasa yang identik. Selain pasta, tersedia berbagai variasi menu makanan dan minuman menarik lainnya yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



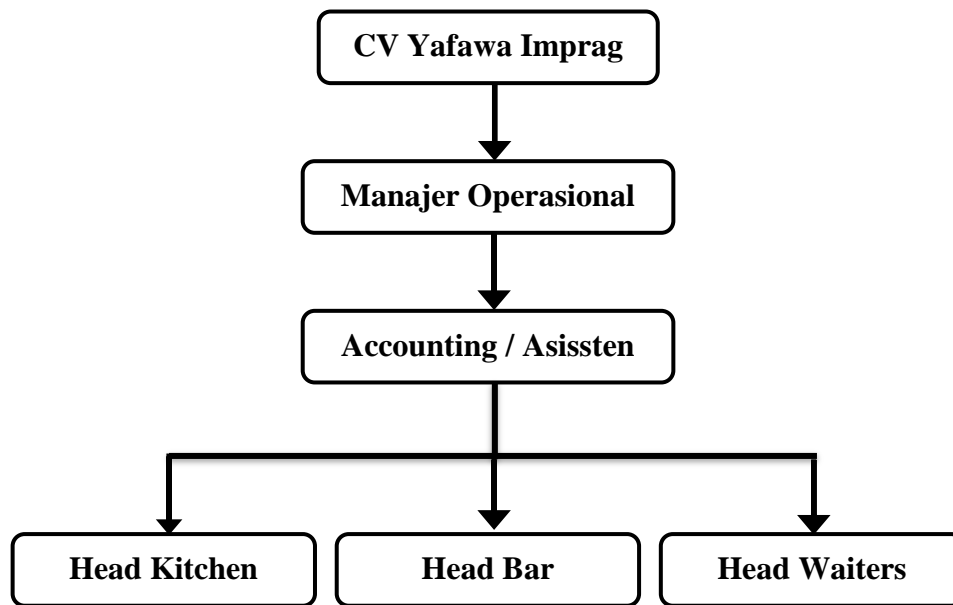
Sumber: Im You Cafe Ciamis

Gambar 4.3 Menu Im You Cafe Ciamis

Sesuai dengan *tagline*-nya, “Karena I’m You Cafe bukan hanya untuk aku, tapi untuk kamu, kamu, kamu semuanya”, konsumen adalah prioritas utama. Untuk meningkatkan kenyamanan, I’m You Cafe menyediakan fasilitas lengkap berupa: *VIP Room*, ruang *live music* di lantai atas, serta *playground* atau tempat bermain anak di lantai bawah. Sebagai bentuk apresiasi, tersedia promo khusus bagi konsumen yang berulang tahun berupa gratis brownies dan perayaan bersama seluruh staf dengan syarat minimal pembelanjaan tertentu..

4.1.1.2 Struktur Organisasi Cafe I’m You Ciamis

Adapun struktur organisasi Cafe I’m You Ciamis dapat disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Sumber: Cafe I'm You Ciamis 2026

Gambar 4. 4
Struktur Organisasi Cafe I'm You Ciamis

Setiap posisi dalam struktur organisasi di Cafe I'm You Ciamis memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda sesuai fungsi masing-masing. Adapun uraian tugasnya adalah sebagai berikut:

1. CV Yafawa Imprag

CV Yafawa Imprag Perdana, perusahaan yang menjadi pengelola utama dan pihak di balik berdirinya kafe tersebut, pengelolaan sumber daya, kebijakan, serta strategi bisnis.

2. Manajer Operasional

Manajer Operasional bertanggung jawab mengelola seluruh kegiatan operasional, memastikan pelaksanaan SOP, merekrut serta melatih staf, menjaga kualitas produk, dan memastikan pelayanan kepada pelanggan berjalan dengan baik.

3. Accounting / Asisten

Accounting (Asisten) berperan dalam pengelolaan keuangan dan administrasi, seperti mencocokkan laporan penjualan dengan pendapatan, menghitung HPP, mengontrol kinerja setiap bagian.

4. Head Kitchen

Head Kitchen bertugas memastikan kualitas hidangan dan minuman tetap konsisten, melakukan pengecekan bahan baku, menjaga kesegaran produk, serta berkolaborasi dengan manajer dalam pengembangan menu baru.

5. Head Bar

Head Bar memimpin area bar, mengawasi persediaan bahan, melatih barista baru, serta melaporkan kinerja dan ide pengembangan kepada manajer.

6. Head Waiters

Head Waiters bertugas memimpin tim pramusaji, mengatur briefing sebelum shift, melatih staf baru, menangani keluhan pelanggan, serta memastikan area makan selalu bersih dan nyaman bagi pengunjung.

4.1.1.3 Karakteristik Responden

Berdasarkan karakteristik penelitian ini yang menjadi responden adalah karyawan Cafe I'm You Ciamis sebanyak 96 orang. Dari hasil penyebaran kuisisioner diperoleh beberapa karakteristik responden antara lain karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan terakhir.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada konsumen Cafe I'm You Ciamis disajikan pada tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	%
1.	Laki – Laki	45	46,88
2.	Perempuan	51	53,12
Jumlah		96	100,00

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 96 responden konsumen Cafe I'm You Ciamis, sebagian besar berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 51 orang (53,12%). Sedangkan responden laki-laki berjumlah 45 orang (46,88%). Hal ini menunjukkan bahwa proporsi konsumen perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki, meskipun selisihnya tidak terlalu signifikan. Keadaan ini mencerminkan bahwa produk dan suasana yang ditawarkan oleh Cafe I'm You Ciamis memiliki daya tarik yang kuat bagi kaum perempuan, namun tetap diminati secara luas oleh konsumen laki-laki.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usia pada konsumen Cafe I'm You Ciamis dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	%
1.	≤ 25 tahun	34	35,42
2.	26 – 30 taun	29	30,21
3.	31 – 35 tahun	20	20,83
4.	36 – 40 tahun	9	9,38
5.	> 40 tahun	4	4,16
Jumlah		96	100,00

Sumber: Kuisisioner (data dioleh, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa konsumen Cafe I'm You Ciamis didominasi oleh kelompok usia ≤ 25 tahun, yaitu sebanyak 34 orang (35,42%). Selanjutnya, kelompok usia 26–30 tahun berjumlah 29 orang (30,21%),

kelompok usia 31–35 tahun sebanyak 20 orang (20,83%), kelompok usia 36–40 tahun sebanyak 9 orang (9,38%), dan yang berusia > 40 tahun berjumlah 4 orang (4,16%). Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Cafe I'm You Ciamis berada pada kategori usia muda dan produktif (generasi milenial dan gen Z). Hal ini mengindikasikan bahwa konsep, produk, serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh Cafe I'm You Ciamis sangat relevan dengan gaya hidup dan preferensi konsumen muda.

3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan responden pada konsumen Cafe I'm You Ciamis sangat bervariasi, penulis sajikan dalam tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	%
1.	Pelajar/Mahasiswa	42	43,75
2.	ASN	23	23,96
3.	Pengusaha	21	21,87
4.	Buruh	10	10,42
Jumlah		96	100,00

Sumber: Kuisisioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa karakteristik pekerjaan responden konsumen Cafe I'm You Ciamis sangat bervariasi. Mayoritas konsumen didominasi oleh kelompok Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 42 orang atau sebesar 43,75%, responden dengan pekerjaan sebagai ASN menempati urutan kedua dengan jumlah 23 orang (23,96%), diikuti oleh Pengusaha sebanyak 21 orang (21,87%). Kelompok dengan jumlah paling sedikit adalah yang bekerja sebagai Buruh, yaitu sebanyak 10 orang (10,42%). Data ini menunjukkan bahwa segmen pasar utama Cafe I'm You Ciamis adalah kalangan pelajar dan

mahasiswa, namun tetap memiliki daya tarik bagi kalangan profesional seperti ASN dan pengusaha.

4. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan terakhir responden pada konsumen Cafe I'm You Ciamis sangat bervariasi, penulis sajikan pada tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	%
1.	SD	8	8,33
2.	SMP	14	14,58
3.	SMA	34	35,42
4.	Perguruan Tinggi	40	41,67
Jumlah		96	100,00

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen Cafe I'm You Ciamis memiliki latar belakang pendidikan Perguruan Tinggi, yaitu sebanyak 40 orang (41,67%). Urutan kedua ditempati oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA, yaitu sebanyak 34 orang (35,42%). Sisanya merupakan responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 14 orang (14,58%) dan SD sebanyak 8 orang (8,33%). Data ini menunjukkan bahwa segmen pasar utama Cafe I'm You Ciamis adalah kalangan pelajar dan mahasiswa, yang umumnya mencari tempat untuk mengerjakan tugas atau bersosialisasi. Meskipun demikian, cafe ini tetap memiliki daya tarik bagi kalangan profesional seperti ASN dan pengusaha, yang mencerminkan bahwa atmosfer dan fasilitas yang tersedia mampu memenuhi kebutuhan berbagai lapisan masyarakat di Ciamis.

4.1.2 Deskripsi Variabel Yang Diteliti

Analisis deskriptif dilakukan terhadap variabel motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan keputusan pembelian melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala likert dengan rentang nilai 1 hingga 5. Gambaran mengenai ketiga variabel tersebut diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh 96 responden. Untuk menentukan kriteria setiap item pertanyaan, peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan mengolah data yang telah ditabulasikan dan mendeskripsikannya ke dalam rentang kelas interval, berikut perhitungannya:

$$\text{Skor tertinggi} : 5 \times 96 = 480$$

$$\text{Skor terendah} : 1 \times 96 = 96$$

$$\text{Nilai jenjang interval} : \frac{480 - 96}{5} = 76,8$$

Klasifikasi penilaian untuk tiap pernyataan dari indikator adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 5
Pedoman Interpretasi Jawaban Responden

Interval	Kriteria
96 – 172,7	Sangat Tidak Setuju
172,8 – 249,5	Tidak Setuju
249,6 – 326,3	Kurang Setuju
326,4 – 403,1	Setuju
403,2 – 480	Sangat Setuju

Sumber: hasil yang diolah peneliti (2026)

Adapun deskripsi tiap item instrumen setiap variabel sebagai berikut:

4.1.2.1 Hasil Penelitian Tentang Motivasi Konsumen Pada Cafe I'm You Ciamis

Motivasi konsumen merupakan dorongan internal yang menggerakkan individu untuk bertindak dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu agar memperoleh kepuasan. Dalam penelitian ini, indikator variabel

motivasi konsumen mengacu pada teori Kotler & Keller (2016) yang meliputi kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Berdasarkan indikator tersebut, selanjutnya dilakukan penelitian mengenai motivasi konsumen pada Cafe I'm You Ciamis, dengan hasil sebagai berikut:

1. Kebutuhan Fisiologis

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya mengunjungi Cafe I'm You Ciamis untuk menghilangkan rasa lapar”, disajikan dalam tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya mengunjungi Cafe I'm You Ciamis untuk menghilangkan rasa lapar

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
1.	Sangat setuju	5	22	22,92	110
	Setuju	4	41	42,71	164
	Kurang setuju	3	33	34,38	99
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	373
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya mengunjungi Cafe I'm You Ciamis untuk menghilangkan rasa lapar” memperoleh skor total sebesar 373, di mana terdapat 22 responden (22,92%) yang menyatakan sangat setuju, 41 responden (42,71%) menyatakan setuju, 33 responden (34,38%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada Tabel 4.5, skor 373 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner

tersebut menunjukkan bahwa responden setuju mengunjungi Cafe I'm You Ciamis untuk menghilangkan rasa lapar.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Makanan dan minuman yang disediakan di Cafe I'm You Ciamis mampu memenuhi kebutuhan fisik saya”, disajikan dalam tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Makanan Dan Minuman Yang Disediakan Di Cafe I'm You Ciamis Mampu Memenuhi Kebutuhan Fisik Saya

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
2.	Sangat setuju	5	14	14,58	70
	Setuju	4	44	45,83	176
	Kurang setuju	3	38	39,58	114
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	360
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Makanan dan minuman yang disediakan di Cafe I'm You Ciamis mampu memenuhi kebutuhan fisik saya” memperoleh skor total sebesar 360, di mana terdapat 14 responden (14,58%) yang menyatakan sangat setuju, 44 responden (45,83%) menyatakan setuju, 38 responden (39,58%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 360 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju makanan dan minuman yang disediakan di Cafe I'm You Ciamis mampu memenuhi kebutuhan fisik.

2. Kebutuhan Akan Rasa Aman

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya merasa aman dan nyaman saat berada di Cafe I’m You Ciamis”, disajikan dalam tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Aman Dan Nyaman Saat Berada Di Cafe I’m You Ciamis

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
3.	Sangat setuju	5	21	21,88	105
	Setuju	4	41	42,71	164
	Kurang setuju	3	31	32,29	93
	Tidak setuju	2	2	2,08	4
	Sangat tidak setuju	1	1	1,04	1
Total			96	100,00	367
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya merasa aman dan nyaman saat berada di Cafe I’m You Ciamis” memperoleh skor total sebesar 367, di mana terdapat 21 responden (21,88%) yang menyatakan sangat setuju, 41 responden (42,71%) menyatakan setuju, 31 responden (32,29%) menyatakan kurang setuju, 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju, serta 1 responden (1,04%) menyatakan sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 367 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju merasa aman dan nyaman saat berada di Cafe I’m You Ciamis.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “ Cafe I’m You Ciamis memiliki lingkungan yang bersih dan tertata, sehingga membuat saya merasa aman”, disajikan dalam tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Cafe I'm You Ciamis Memiliki Lingkungan Yang Bersih Dan Tertata, Sehingga Membuat Saya Merasa Aman

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
4.	Sangat setuju	5	23	23,96	115
	Setuju	4	37	38,54	148
	Kurang setuju	3	36	37,50	108
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	371
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Cafe I'm You Ciamis memiliki lingkungan yang bersih dan tertata, sehingga membuat saya merasa aman” memperoleh skor total sebesar 371, di mana terdapat 23 responden (23,96%) yang menyatakan sangat setuju, 37 responden (38,54%) menyatakan setuju, 36 responden (37,50%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 371 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju Cafe I'm You Ciamis memiliki lingkungan yang bersih dan tertata, sehingga membuat merasa aman.

3. Kebutuhan Sosial

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya mengunjungi Cafe I'm You Ciamis untuk berkumpul bersama teman atau keluarga”, disajikan dalam tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Mengunjungi Cafe I'm You Ciamis Untuk Berkumpul Bersama Teman Atau Keluarga

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
5.	Sangat setuju	5	23	23,96	115
	Setuju	4	40	41,66	160
	Kurang setuju	3	33	34,38	99
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	374
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya mengunjungi Cafe I'm You Ciamis untuk berkumpul bersama teman atau keluarga” memperoleh skor total sebesar 374, di mana terdapat 23 responden (23,96%) yang menyatakan sangat setuju, 40 responden (41,66%) menyatakan setuju, 33 responden (34,38%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 374 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju mengunjungi Cafe I'm You Ciamis untuk berkumpul bersama teman atau keluarga.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Cafe I'm You Ciamis menjadi tempat yang nyaman untuk bersosialisasi”, disajikan dalam tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Cafe I'm You Ciamis Menjadi Tempat Yang Nyaman Untuk Bersosialisasi

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
6.	Sangat setuju	5	26	27,08	130

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
	Setuju	4	44	45,84	176
	Kurang setuju	3	26	27,08	78
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	384
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Cafe I’m You Ciamis menjadi tempat yang nyaman untuk bersosialisasi” memperoleh skor total sebesar 384, di mana terdapat 26 responden (27,08%) yang menyatakan sangat setuju, 44 responden (45,84%) menyatakan setuju, 26 responden (27,08%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 384 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju Cafe I’m You Ciamis menjadi tempat yang nyaman untuk bersosialisasi.

4. Kebutuhan Penghargaan

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya merasa dihargai sebagai pelanggan saat berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis”, disajikan dalam tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Dihargai Sebagai Pelanggan Saat Berkunjung Ke Cafe I’m You Ciamis

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
7.	Sangat setuju	5	19	19,79	95
	Setuju	4	49	51,04	196
	Kurang setuju	3	26	27,08	78
	Tidak setuju	2	2	2,08	4
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0

Total	96	100,00	373
Interpretasi	Setuju		

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya merasa dihargai sebagai pelanggan saat berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis” memperoleh skor total sebesar 373, di mana terdapat 19 responden (19,79%) yang menyatakan sangat setuju, 49 responden (51,04%) menyatakan setuju, 26 responden (27,08%) menyatakan kurang setuju, serta 2 responden (2,08%) yang menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 373 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju merasa dihargai sebagai pelanggan saat berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Cafe I’m You Ciamis memberikan pengalaman yang membuat saya bangga saat berkunjung”, disajikan dalam tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Cafe I’m You Ciamis Memberikan Pengalaman Yang Membuat Saya Bangga Saat Berkunjung

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
8.	Sangat setuju	5	20	20,83	100
	Setuju	4	46	47,92	184
	Kurang setuju	3	28	29,17	84
	Tidak setuju	2	2	2,08	4
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	372
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Cafe I’m You Ciamis memberikan pengalaman yang membuat saya

bangga saat berkunjung” memperoleh skor total sebesar 372, di mana terdapat 20 responden (20,83%) yang menyatakan sangat setuju, 46 responden (47,92%) menyatakan setuju, 28 responden (29,17%) menyatakan kurang setuju, serta 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 372 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju Cafe I’m You Ciamis memberikan pengalaman yang membuat bangga saat berkunjung.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Cafe I’m You Ciamis mendukung saya untuk mengembangkan kreativitas (misalnya bekerja, belajar, atau berkarya)”, disajikan dalam tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Cafe I’m You Ciamis Mendukung Saya Untuk Mengembangkan Kreativitas (Misalnya Bekerja, Belajar, Atau Berkarya)

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
9.	Sangat setuju	5	19	19,79	95
	Setuju	4	46	47,92	184
	Kurang setuju	3	30	31,25	90
	Tidak setuju	2	1	1,04	2
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	371
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Cafe I’m You Ciamis mendukung saya untuk mengembangkan kreativitas (misalnya bekerja, belajar, atau berkarya)” memperoleh skor total sebesar 371, di mana terdapat 19 responden (19,79%) yang menyatakan sangat

setuju, 46 responden (47,92%) menyatakan setuju, 30 responden (31,25%) menyatakan kurang setuju, serta 1 responden (1,04%) yang menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 371 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju Cafe I’m You Ciamis mendukung untuk mengembangkan kreativitas (misalnya bekerja, belajar, atau berkarya).

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis membantu saya dalam aktualisasi diri”, disajikan dalam tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4. 15
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Berkunjung Ke Cafe I’m You Ciamis Membantu Saya Dalam Aktualisasi Diri

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
10.	Sangat setuju	5	19	19,79	95
	Setuju	4	48	50,00	192
	Kurang setuju	3	28	29,17	84
	Tidak setuju	2	1	1,04	2
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	373
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis membantu saya dalam aktualisasi diri” memperoleh skor total sebesar 373, di mana terdapat 19 responden (19,79%) yang menyatakan sangat setuju, 48 responden (50,00%) menyatakan setuju, 28 responden (29,17%) menyatakan kurang setuju, serta 1 responden (1,04%) menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 373 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga

termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis membantu dalam aktualisasi diri.

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai variabel motivasi konsumen pada konsumen Cafe I’m You Ciamis, selanjutnya hasil rekapitulasi tanggapan responden tersebut disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 16
Rekapitulasi Variabel Motivasi Konsumen Pada Cafe I’m You Ciamis
Berdasarkan Kuesioner Yang Disebar

Indikator	No	Pernyataan	Perolehan Skor	Skor Rata - Rata
A. Kebutuhan Fisiologis	1	Saya membeli produk di Cafe I’m You Ciamis karena rasa lapar atau haus.	373	366,5
	2	Saya mengunjungi Cafe I’m You Ciamis untuk menghilangkan rasa lapar.	360	
B. Kebutuhan Akan Rasa Aman	3	Saya merasa aman dan nyaman saat berada di Cafe I’m You Ciamis.	367	369,0
	4	Cafe I’m You Ciamis memiliki lingkungan yang bersih dan tertata, sehingga membuat saya merasa aman.	371	
C. Kebutuhan Sosial	5	Saya mengunjungi Cafe I’m You Ciamis untuk berkumpul bersama teman atau keluarga.	374	379,0
	6	Cafe I’m You Ciamis menjadi tempat yang nyaman untuk bersosialisasi.	384	
D. Kebutuhan Penghargaan	7	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan saat berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis.	373	372,5
	8	Cafe I’m You Ciamis memberikan pengalaman yang membuat saya bangga saat berkunjung.	372	
E. Kebutuhan	9	Cafe I’m You Ciamis	371	372,0

Indikator	No	Pernyataan	Perolehan Skor	Skor Rata - Rata
Aktualiasi		mendukung saya untuk mengembangkan kreativitas (misalnya bekerja, belajar, atau berkarya).		
	10	Berkunjung ke Cafe I'm You Ciamis membantu saya dalam aktualisasi diri.	373	
Total			3.718	1.859,0
Rata – Rata			371,8	371,8

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa skor rata-rata tertinggi berada pada indikator Kebutuhan Sosial dengan skor rata-rata sebesar 379,0, sementara skor rata-rata terendah berada pada indikator Kebutuhan Fisiologis dengan skor rata-rata sebesar 366,5. Dari tabel rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel motivasi konsumen diperoleh skor sebesar 3.718 atau jika dirata-ratakan sebesar 371,8. Adapun untuk memberikan interpretasi maka penulis menggunakan rumus interval sebagai berikut:

Kelas interval = 5

Perhitungan skor tertinggi = $5 \times 96 \times 10 = 4.800$

Perhitngan skor terendah = $1 \times 96 \times 10 = 960$

$$\begin{aligned}
 \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Kriteria Responden}} \\
 &= \frac{4.800 - 960}{5} \\
 &= 768
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, sebagai dasar untuk menginterpretasikan penulis sajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 17
Pedoman Interpretasi Tentang Variabel Motivasi Konsumen

Interval	Kriteria
960 – 1.727	Sangat Rendah
1.728 – 2.495	Rendah
2.496 – 3.263	Sedang
3.264 – 4.031	Tinggi
4.032 – 4.800	Sangat Tinggi

Sumber: hasil yang diolah peneliti, (Oktober 2025)

Berdasarkan interval tersebut, total skor variabel motivasi konsumen sebesar 3.718 berada pada rentang interval 3.264 – 4.031 dengan kategori Tinggi. Hal ini memberikan makna bahwa motivasi di Cafe I'm You Ciamis sudah tergolong tinggi.

4.1.2.2 Hasil Penelitian Tentang Persepsi Konsumen Pada Cafe I'm You Ciamis

Persepsi konsumen merupakan proses di mana individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan stimulasi menjadi sebuah gambaran yang berarti mengenai suatu produk atau layanan. Dalam penelitian ini, indikator variabel persepsi mengacu pada Schiffman & Wisenblit (2019) yang meliputi pengenalan merek, kualitas produk, citra merek, dan harga. Berdasarkan indikator tersebut, selanjutnya dilakukan penelitian mengenai persepsi konsumen pada Cafe I'm You Ciamis melalui pengumpulan data, dengan hasil sebagai berikut:

1. Pengenalan Merek

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan "Saya mengetahui keberadaan Cafe I'm You Ciamis sebagai salah satu kafe di Ciamis", disajikan dalam tabel 4.18 berikut:

Tabel 4. 18
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Mengetahui Keberadaan Cafe I'm You Ciamis Sebagai Salah Satu Kafe Di Ciamis

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
1.	Sangat setuju	5	25	26,04	125
	Setuju	4	41	42,71	164
	Kurang setuju	3	27	28,13	81
	Tidak setuju	2	3	3,13	6
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	376
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.18 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya mengetahui keberadaan Cafe I'm You Ciamis sebagai salah satu kafe di Ciamis” memperoleh skor total sebesar 376, di mana terdapat 25 responden (26,04%) yang menyatakan sangat setuju, 41 responden (42,71%) menyatakan setuju, 27 responden (28,13%) menyatakan kurang setuju, serta terdapat 3 responden (3,13%) yang menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 376 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju atas keberadaan Cafe I'm You Ciamis sebagai salah satu kafe di Ciamis.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya mengetahui Cafe I'm You Ciamis dari media sosial, teman, atau rekomendasi orang lain”, disajikan dalam tabel 4.19 sebagai berikut:

Tabel 4. 19
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Mengetahui Cafe I'm You Ciamis Dari Media Sosial, Teman, Atau Rekomendasi Orang Lain

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
2.	Sangat setuju	5	31	32,29	155
	Setuju	4	49	51,04	196
	Kurang setuju	3	16	16,67	48

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	399
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya mengetahui Cafe I’m You Ciamis dari media sosial, teman, atau rekomendasi orang lain” memperoleh skor total sebesar 399, di mana terdapat 31 responden (32,29%) yang menyatakan sangat setuju, 49 responden (51,04%) menyatakan setuju, 16 responden (16,67%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 399 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju mengetahui Cafe I’m You Ciamis dari media sosial, teman, atau rekomendasi orang lain.

2. Kualitas Produk

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Rasa makanan dan minuman di Cafe I’m You Ciamis sesuai dengan harapan saya”, disajikan dalam tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4. 20
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Rasa Makanan Dan Minuman Di Cafe I’m You Ciamis Sesuai Dengan Harapan Saya

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
3.	Sangat setuju	5	22	22,92	110
	Setuju	4	46	47,92	184
	Kurang setuju	3	28	29,16	84
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	378
Interpretasi			Setuju		

Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Rasa makanan dan minuman di Cafe I’m You Ciamis sesuai dengan harapan saya” memperoleh skor total sebesar 378, di mana terdapat 22 responden (22,92%) yang menyatakan sangat setuju, 46 responden (47,92%) menyatakan setuju, dan 28 responden (29,16%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 378 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju rasa makanan dan minuman di Cafe I’m You Ciamis sesuai dengan harapan.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Penyajian makanan dan minuman di Cafe I’m You Ciamis terlihat menarik dan rapi”, disajikan dalam tabel 4.21 sebagai berikut:

Tabel 4. 21
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Penyajian Makanan Dan Minuman Di Cafe I’m You Ciamis Terlihat Menarik Dan Rapi

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
4.	Sangat setuju	5	22	22,92	110
	Setuju	4	41	42,71	164
	Kurang setuju	3	30	31,25	90
	Tidak setuju	2	2	2,08	4
	Sangat tidak setuju	1	1	1,04	1
Total			96	100,00	369
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Penyajian makanan dan minuman di Cafe I’m You Ciamis terlihat menarik dan rapi” memperoleh skor total sebesar 369, di mana terdapat 22 responden (22,92%) yang menyatakan sangat setuju, 41 responden (42,71%)

menyatakan setuju, 30 responden (31,25%) menyatakan kurang setuju, 2 responden (2,08%) menyatakan tidak setuju, serta 1 responden (1,04%) menyatakan sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 369 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju penyajian makanan dan minuman di Cafe I’m You Ciamis terlihat menarik dan rapi.

3. Citra Merek

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya menilai Cafe I’m You Ciamis sebagai kafe yang memiliki reputasi positif”, disajikan dalam tabel 4.22 sebagai berikut:

Tabel 4. 22
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Menilai Cafe I’m You Ciamis Sebagai Kafe Yang Memiliki Reputasi Positif

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
5.	Sangat setuju	5	26	27,08	130
	Setuju	4	43	44,79	172
	Kurang setuju	3	27	28,13	81
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	383
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.22 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya menilai Cafe I’m You Ciamis sebagai kafe yang memiliki reputasi positif” memperoleh skor total sebesar 383, di mana terdapat 26 responden (27,08%) yang menyatakan sangat setuju, 43 responden (44,79%) menyatakan setuju, 27 responden (28,13%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 383 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju Cafe I’m You Ciamis sebagai kafe yang memiliki reputasi positif.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya memiliki kesan yang baik terhadap Cafe I’m You Ciamis”, disajikan dalam tabel 4.23 sebagai berikut:

Tabel 4. 23
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Memiliki Kesan Yang Baik Terhadap Cafe I’m You Ciamis

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
6.	Sangat setuju	5	27	28,13	135
	Setuju	4	49	51,04	196
	Kurang setuju	3	19	19,79	57
	Tidak setuju	2	1	1,04	2
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	390
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.23 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya memiliki kesan yang baik terhadap Cafe I’m You Ciamis” memperoleh skor total sebesar 390, di mana terdapat 27 responden (28,13%) yang menyatakan sangat setuju, 49 responden (51,04%) menyatakan setuju, 19 responden (19,79%) menyatakan kurang setuju, serta terdapat 1 responden (1,04%) yang menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 390 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju memiliki kesan yang baik terhadap Cafe I’m You Ciamis.

4. Harga

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Harga yang ditetapkan Cafe I’m You Ciamis sesuai dengan kualitas produk yang diberikan”, disajikan dalam tabel 4.24 sebagai berikut:

Tabel 4. 24
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Harga Yang Ditetapkan Cafe I’m You Ciamis Sesuai Dengan Kualitas Produk Yang Diberikan

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
7.	Sangat setuju	5	26	27,08	130
	Setuju	4	44	45,83	176
	Kurang setuju	3	24	25,00	72
	Tidak setuju	2	2	2,08	4
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	382
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.24 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Harga yang ditetapkan Cafe I’m You Ciamis sesuai dengan kualitas produk yang diberikan” memperoleh skor total sebesar 382, di mana terdapat 26 responden (27,08%) yang menyatakan sangat setuju, 44 responden (45,83%) menyatakan setuju, 24 responden (25,00%) menyatakan kurang setuju, serta 2 responden (2,08%) yang menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 382 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju harga yang ditetapkan Cafe I’m You Ciamis sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya merasa harga yang ditawarkan Cafe I’m You Ciamis sepadan dengan kepuasan yang saya rasakan”, disajikan dalam tabel 4.25 sebagai berikut:

Tabel 4. 25
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Harga Yang Ditawarkan Cafe I’m You Ciamis Sepadan Dengan Kepuasan Yang Saya Rasakan

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
8.	Sangat setuju	5	14	14,58	70
	Setuju	4	44	45,83	176
	Kurang setuju	3	38	39,58	114
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	360
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.25 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya merasa harga yang ditawarkan Cafe I’m You Ciamis sepadan dengan kepuasan yang saya rasakan” memperoleh skor total sebesar 360, di mana terdapat 14 responden (14,58%) yang menyatakan sangat setuju, 44 responden (45,83%) menyatakan setuju, 38 responden (39,58%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 360 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju harga yang ditawarkan Cafe I’m You Ciamis sepadan dengan kepuasan yang diasakan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai variabel persepsi konsumen pada Cafe I’m You Ciamis, selanjutnya hasil rekapitulasi tanggapan responden tersebut disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 26
Rekapitulasi Variabel Persepsi Konsumen Pada Cafe I'm You Ciamis
Berdasarkan Kuesioner Yang Disebar

Indikator	No	Pernyataan	Perolehan Skor	Skor Rata - Rata
A. Pengenalan Merek	1	Saya mengetahui keberadaan Cafe I'm You Ciamis sebagai salah satu kafe di Ciamis.	376	387,5
	2	Saya mengetahui Cafe I'm You Ciamis dari media sosial, teman, atau rekomendasi orang lain.	399	
B. Kualitas Produk	3	Rasa makanan dan minuman di Cafe I'm You Ciamis sesuai dengan harapan saya.	378	373,5
	4	Penyajian makanan dan minuman di Cafe I'm You Ciamis terlihat menarik dan rapi.	369	
C. Citra Merek	5	Saya menilai Cafe I'm You Ciamis sebagai kafe yang memiliki reputasi positif.	383	386,5
	6	Saya memiliki kesan yang baik terhadap Cafe I'm You Ciamis.	390	
D. Harga	7	Harga yang ditetapkan Cafe I'm You Ciamis sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	382	371,0
	8	Saya merasa harga yang ditawarkan Cafe I'm You Ciamis sepadan dengan kepuasan yang saya rasakan.	360	
Total			3.037	1.518,5
Rata – Rata			379,6	379,6
<i>Sumber: Kuesioner (data diolah, 2025)</i>				

Berdasarkan tabel 4.26 dapat diketahui bahwa skor rata-rata tertinggi berada pada indikator pengenalan merek dengan skor rata-rata sebesar 387,5, sementara skor rata-rata terendah berada pada indikator harga dengan skor rata – rata

sebesar 371,0. Dari tabel rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel persepsi konsumen diperoleh skor sebesar 3.037 atau jika dirata-ratakan sebesar 379,6. Adapun untuk memberikan interpretasi maka penulis menggunakan rumus interval sebagai berikut:

Kelas interval = 5

Perhitungan skor tertinggi = $5 \times 96 \times 8 = 3.840$

Perhitungan skor terendah = $1 \times 96 \times 8 = 768$

$$\begin{aligned} \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Kriteria Responden}} \\ &= \frac{3.840 - 768}{5} \\ &= 614,4 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, sebagai dasar untuk menginterpretasikan penulis sajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 27
Pedoman Interpretasi Tentang Variabel Persepsi Konsumen

Interval	Kriteria
768 – 1.555,1	Sangat Tidak Baik
1.382,4 – 2.246,3	Tidak Baik
1.996,8 – 2.937,5	Cukup Baik
2.611,2 – 3.628,7	Baik
3.225,6 – 3.840	Sangat Baik

Sumber: hasil yang diolah peneliti, (Oktober 2025)

Berdasarkan interval tersebut, total skor variabel persepsi konsumen sebesar 3.037 berada pada rentang interval 2.611,2 – 3.225,5 dengan kategori Baik. Hal ini memberikan makna bahwa persepsi konsumen pada Cafe I'm You Ciamis sudah dinilai baik.

4.1.2.3 Hasil Penelitian Tentang Keputusan Pembelian Pada Cafe I'm You Ciamis

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang dimulai dari pengenalan masalah hingga perilaku pasca pembelian, di mana konsumen benar-benar memilih dan membeli produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhannya. Dalam penelitian ini, indikator variabel keputusan pembelian mengacu pada Indrasari (2019:74) yang meliputi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Berdasarkan indikator tersebut, selanjutnya dilakukan penelitian mengenai keputusan pembelian konsumen pada Cafe I'm You Ciamis melalui pengumpulan data, dengan hasil sebagai berikut:

1. Pilihan Produk

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Produk makanan dan minuman di Cafe I'm You Ciamis memiliki variasi yang sesuai dengan kebutuhan saya”, disajikan dalam tabel 4.28 sebagai berikut:

Tabel 4. 28
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Makanan Dan Minuman Di Cafe I'm You Ciamis Memiliki Variasi Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Saya

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
1.	Sangat setuju	5	28	29,17	140
	Setuju	4	40	41,66	160
	Kurang setuju	3	28	29,17	84
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	384
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.28 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Produk makanan dan minuman di Cafe I'm You Ciamis memiliki

variasi yang sesuai dengan kebutuhan saya” memperoleh skor total sebesar 384, di mana terdapat 28 responden (29,17%) yang menyatakan sangat setuju, 40 responden (41,66%) menyatakan setuju, dan 28 responden (29,17%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 384 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju produk makanan dan minuman di Cafe I’m You Ciamis memiliki variasi yang sesuai dengan kebutuhan.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya menilai menu yang ditawarkan di Cafe I’m You Ciamis menarik untuk dipilih”, disajikan dalam tabel 4.29 sebagai berikut:

Tabel 4. 29
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Menilai Menu Yang Ditawarkan Di Cafe I’m You Ciamis Menarik Untuk Dipilih

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
2.	Sangat setuju	5	27	28,13	135
	Setuju	4	42	43,75	168
	Kurang setuju	3	26	27,08	78
	Tidak setuju	2	1	1,04	2
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	383
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.29 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya menilai menu yang ditawarkan di Cafe I’m You Ciamis menarik untuk dipilih” memperoleh skor total sebesar 383, di mana terdapat 27 responden (28,13%) yang menyatakan sangat setuju, 42 responden (43,75%) menyatakan setuju, 26 responden (27,08%) menyatakan kurang setuju, serta 1

responden (1,04%) menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 383 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju menu yang ditawarkan di Cafe I’m You Ciamis menarik untuk dipilih.

2. Pilihan Merek

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya menilai merek Cafe I’m You Ciamis lebih menarik dibandingkan merek kafe lain di Ciamis”, disajikan dalam tabel 4.30 sebagai berikut:

Tabel 4. 30
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Menilai Merek Cafe I’m You Ciamis Lebih Menarik Dibandingkan Merek Kafe Lain Di Ciamis

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
3.	Sangat setuju	5	27	28,13	135
	Setuju	4	43	44,79	172
	Kurang setuju	3	26	27,08	78
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	385
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.30 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya menilai merek Cafe I’m You Ciamis lebih menarik dibandingkan merek kafe lain di Ciamis” memperoleh skor total sebesar 385, di mana terdapat 27 responden (28,13%) yang menyatakan sangat setuju, 43 responden (44,79%) menyatakan setuju, dan 26 responden (27,08%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 385 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori

“Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju Cafe I’m You Ciamis lebih menarik dibandingkan merek kafe lain di Ciamis.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Merek Cafe I’m You Ciamis mudah saya ingat ketika ingin membeli makanan atau minuman”, disajikan dalam tabel 4.31 sebagai berikut:

Tabel 4. 31
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Merek Cafe I’m You Ciamis Mudah Saya Ingat Ketika Ingin Membeli Makanan Atau Minuman

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
4.	Sangat setuju	5	31	32,29	155
	Setuju	4	44	45,83	176
	Kurang setuju	3	20	20,83	60
	Tidak setuju	2	1	1,04	2
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	393
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.31 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Merek Cafe I’m You Ciamis mudah saya ingat ketika ingin membeli makanan atau minuman” memperoleh skor total sebesar 393, di mana terdapat 31 responden (32,29%) yang menyatakan sangat setuju, 44 responden (45,83%) menyatakan setuju, dan 20 responden (20,83%) menyatakan kurang setuju, serta terdapat 1 responden (1,04%) yang menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 393 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju Cafe I’m You Ciamis mudah diingat ketika ingin membeli makanan atau minuman.

3. Pilihan Penyalur

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Lokasi Cafe

I'm You Ciamis mudah dijangkau sehingga memudahkan saya membeli produk”, disajikan dalam tabel 4.32 sebagai berikut:

Tabel 4. 32
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Lokasi Cafe I'm You Ciamis Mudah Dijangkau Sehingga Memudahkan Saya Membeli Produk

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
5.	Sangat setuju	5	31	32,29	155
	Setuju	4	47	48,96	188
	Kurang setuju	3	17	17,71	51
	Tidak setuju	2	1	1,04	2
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	396
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.32 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Lokasi Cafe I'm You Ciamis mudah dijangkau sehingga memudahkan saya membeli produk” memperoleh skor total sebesar 396, di mana terdapat 31 responden (32,29%) yang menyatakan sangat setuju, 47 responden (48,96%) menyatakan setuju, 17 responden (17,71%) menyatakan kurang setuju, serta 1 responden (1,04%) yang menyatakan tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 396 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju lokasi Cafe I'm You Ciamis mudah dijangkau sehingga memudahkan dalam membeli produk.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Sarana dan fasilitas di Cafe I'm You Ciamis mendukung kenyamanan saya dalam membeli produk”, disajikan dalam tabel 4.33 sebagai berikut:

Tabel 4. 33
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Sarana Dan Fasilitas Di Cafe I'm You Ciamis Mendukung Kenyamanan Saya Dalam Membeli Produk

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
6.	Sangat setuju	5	31	32,29	155
	Setuju	4	45	46,88	180
	Kurang setuju	3	20	20,83	60
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	395
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.33 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Sarana dan fasilitas di Cafe I’m You Ciamis mendukung kenyamanan saya dalam membeli produk” memperoleh skor total sebesar 395, di mana terdapat 31 responden (32,29%) yang menyatakan sangat setuju, 45 responden (46,88%) menyatakan setuju, dan 20 responden (20,83%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 395 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju sarana dan fasilitas di Cafe I’m You Ciamis mendukung kenyamanan dalam membeli produk.

4. Waktu Pembelian

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya memilih berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis pada waktu yang sesuai dengan kebutuhan saya”, disajikan dalam tabel 4.34 sebagai berikut:

Tabel 4. 34
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Memilih Berkunjung Ke Cafe I’m You Ciamis Pada Waktu Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Saya

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
7.	Sangat setuju	5	30	31,25	150
	Setuju	4	54	56,25	216

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
	Kurang setuju	3	12	12,50	36
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	402
Interpretasi			Setuju		

Berdasarkan Tabel 4.34 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya memilih berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis pada waktu yang sesuai dengan kebutuhan saya” memperoleh skor total sebesar 402, di mana terdapat 30 responden (31,25%) yang menyatakan sangat setuju, 54 responden (56,25%) menyatakan setuju, dan 12 responden (12,50%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 402 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju memilih berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis pada waktu yang sesuai dengan kebutuhan.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya sering melakukan pembelian di Cafe I’m You Ciamis pada waktu tertentu (pagi/siang/sore/malam)”, disajikan dalam tabel 4.35 sebagai berikut:

Tabel 4. 35
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Sering Melakukan Pembelian Di Cafe I’m You Ciamis Pada Waktu Tertentu (Pagi/Siang/Sore/Malam)

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
8.	Sangat setuju	5	38	39,58	190
	Setuju	4	34	35,42	136
	Kurang setuju	3	24	25,00	72
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100	398
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.35 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya sering melakukan pembelian di Cafe I’m You Ciamis pada waktu tertentu (pagi/siang/sore/malam)” memperoleh skor total sebesar 398, di mana terdapat 38 responden (39,58%) yang menyatakan sangat setuju, 34 responden (35,42%) menyatakan setuju, dan 24 responden (25,00%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 398 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju sering melakukan pembelian di Cafe I’m You Ciamis pada waktu tertentu (pagi/siang/sore/malam).

5. Jumlah Pembelian

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Jumlah produk yang saya beli di Cafe I’m You Ciamis sesuai dengan kebutuhan saya”, disajikan dalam tabel 4.36 sebagai berikut:

Tabel 4. 36
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Jumlah Produk Yang Saya Beli Di Cafe I’m You Ciamis Sesuai Dengan Kebutuhan Saya

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
9.	Sangat setuju	5	34	35,42	170
	Setuju	4	38	39,58	152
	Kurang setuju	3	24	25,00	72
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	384
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.36 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Jumlah produk yang saya beli di Cafe I’m You Ciamis sesuai dengan

kebutuhan saya” memperoleh skor total sebesar 394, di mana terdapat 34 responden (35,42%) yang menyatakan sangat setuju, 38 responden (39,58%) menyatakan setuju, dan 24 responden (25,00%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 394 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju jumlah produk yang dibeli di Cafe I’m You Ciamis sesuai dengan kebutuhan.

Untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan “Saya biasanya membeli lebih dari satu produk setiap kali berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis”, disajikan dalam tabel 4.37 sebagai berikut:

Tabel 4. 37
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Biasanya Membeli Lebih Dari Satu Produk Setiap Kali Berkunjung Ke Cafe I’m You Ciamis

No.	Pilihan Jawaban	Bobot	F	%	Skor
10.	Sangat setuju	5	34	35,42	170
	Setuju	4	38	39,58	152
	Kurang setuju	3	24	25,00	72
	Tidak setuju	2	0	0,00	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total			96	100,00	384
Interpretasi			Setuju		

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2026)

Berdasarkan Tabel 4.37 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan “Saya biasanya membeli lebih dari satu produk setiap kali berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis” memperoleh skor total sebesar 394, di mana terdapat 34 responden (35,42%) yang menyatakan sangat setuju, 38 responden (39,58%) menyatakan setuju, dan 24 responden (25,00%) menyatakan kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Mengacu pada pedoman interpretasi skor pada tabel 4.5, skor 394 berada pada interval 326,4 – 403,1, sehingga termasuk dalam kategori “Setuju”. Maka hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden setuju biasanya membeli lebih dari satu produk setiap kali berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis.

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian pada Cafe I’m You Ciamis, selanjutnya hasil rekapitulasi tanggapan responden tersebut disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 38
Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian Pada Cafe I’m You Ciamis
Berdasarkan Kuesioner Yang Disebar

Indikator	No	Pernyataan	Perolehan Skor	Skor Rata - Rata
A. Pilihan Produk	1	Produk makanan dan minuman di Cafe I’m You Ciamis memiliki variasi yang sesuai dengan kebutuhan saya.	384	383,5
	2	Saya menilai menu yang ditawarkan di Cafe I’m You Ciamis menarik untuk dipilih.	383	
B. Pilihan Merek	3	Saya menilai merek Cafe I’m You Ciamis lebih menarik dibandingkan merek kafe lain di Ciamis.	385	389,0
	4	Merek Cafe I’m You Ciamis mudah saya ingat ketika ingin membeli makanan atau minuman.	393	
C. Pilihan Penyalur	5	Lokasi Cafe I’m You Ciamis mudah dijangkau sehingga memudahkan saya membeli produk.	396	395,5
	6	Sarana dan fasilitas di Cafe I’m You Ciamis mendukung kenyamanan saya dalam membeli produk.	395	
D. Waktu Pembelian	7	Saya memilih berkunjung ke Cafe I’m You Ciamis pada waktu yang sesuai dengan kebutuhan saya.	402	400,0

Indikator	No	Pernyataan	Perolehan Skor	Skor Rata - Rata
	8	Saya sering melakukan pembelian di Cafe I'm You Ciamis pada waktu tertentu (pagi/siang/sore/malam).	398	
E. Jumlah Pembelian	9	Jumlah produk yang saya beli di Cafe I'm You Ciamis sesuai dengan kebutuhan saya.	394	394,0
	10	Saya biasanya membeli lebih dari satu produk setiap kali berkunjung ke Cafe I'm You Ciamis.	394	
Total			3.924	1.962
Rata – Rata			392,4	392,4

Sumber: Kuesioner (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.38 dapat diketahui bahwa skor rata-rata tertinggi berada pada indikator waktu pembelian dengan skor rata-rata sebesar 400,0, sementara skor rata-rata terendah berada pada indikator pilihan produk dengan skor rata-rata sebesar 383,5. Dari tabel rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel motivasi konsumen diperoleh skor sebesar 3.924 atau jika dirata-ratakan sebesar 392,4. Untuk memberikan interpretasi maka penulis menggunakan rumus interval berikut:

Kelas interval = 5

Perhitungan skor tertinggi = $5 \times 96 \times 10 = 4.800$

Perhitungan skor terendah = $1 \times 96 \times 10 = 960$

$$\begin{aligned}
 \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Kriteria Responden}} \\
 &= \frac{4.800 - 960}{5} \\
 &= 768
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, sebagai dasar untuk menginterpretasikan penulis sajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 39
Pedoman Interpretasi Tentang Variabel Keputusan Pembelian

Interval	Kriteria
960 – 1.727	Sangat Rendah
1.728 – 2.495	Rendah
2.496 – 3.263	Sedang
3.264 – 4.031	Tinggi
4.032 – 4.800	Sangat Tinggi

Sumber: hasil yang diolah peneliti, (Oktober 2025)

Berdasarkan interval tersebut, total skor variabel keputusan pembelian sebesar 3.924 berada pada rentang interval 3.264 – 4.031,9 dengan kategori Tinggi. Hal ini memberikan makna bahwa keputusan pembelian konsumen pada Cafe I'm You Ciamis ada pada kategori tinggi.

4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis

4.1.3.1 Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe I'm You Ciamis

Untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis maka dilakukan analisis data yang meliputi analisis koefisien korelasi *Rank Spearman*, analisis koefisien determinasi dan uji t. berikut data analisis terkait variabel motivasi konsumen dan keputusan pembelian:

1. Analisis Koefisien Korelasi *Rank spearman*

Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *rank spearman* untuk menguji hubungan atau signifikansi hipotesis asosiatif pada variabel berskala

ordinal, yaitu untuk menganalisis hubungan antara motivasi konsumen (X1) dan keputusan pembelian (Y) berdasarkan data kuesioner. Maka diperoleh hasil analisis statistik menggunakan Korelasi *Rank spearman* sebagai berikut:

Tabel 4. 40
Bobot-bobot Untuk Perhitungan Korelasi *Rank spearman* (X1 Dan Y)

No.	X1	Rank X1	Y	Rank Y	di	di ²
1.	39	55,5	41	56,5	-1	1
2.	39	55,5	43	67	-11,5	132,25
3.	37	45	38	31,5	13,5	182,25
4.	48	87	49	80,5	6,5	42,25
5.	40	65	39	38,5	26,5	702,25
6.	45	78	50	89,5	-11,5	132,25
7.	40	65	40	46,5	18,5	342,25
8.	40	65	40	46,5	18,5	342,25
9.	50	94,5	50	89,5	5	25
10.	40	65	50	89,5	-24,5	600,25
11.	40	65	40	46,5	18,5	342,25
12.	40	65	40	46,5	18,5	342,25
13.	39	55,5	41	56,5	-1	1
14.	47	83,5	44	72	11,5	132,25
15.	37	45	40	46,5	-1,5	2,25
16.	50	94,5	50	89,5	5	25
17.	36	35,5	41	56,5	-21	441
18.	39	55,5	41	56,5	-1	1
19.	40	65	44	72	-7	49
20.	48	87	50	89,5	-2,5	6,25
21.	45	78	46	75,5	2,5	6,25
22.	50	94,5	49	80,5	14	196
23.	31	6	34	10,5	-4,5	20,25
24.	34	18,5	34	10,5	8	64
25.	36	35,5	34	10,5	25	625
26.	37	45	40	46,5	-1,5	2,25
27.	36	35,5	37	25,5	10	100
28.	37	45	38	31,5	13,5	182,25
29.	35	27	36	21,5	5,5	30,25
30.	34	18,5	35	16	2,5	6,25
31.	34	18,5	36	21,5	-3	9
32.	27	1	28	1	0	0
33.	28	2,5	32	2,5	0	0
34.	39	55,5	40	46,5	9	81
35.	36	35,5	38	31,5	4	16

No.	X1	Rank X1	Y	Rank Y	di	di ²
36.	37	45	36	21,5	23,5	552,25
37.	37	45	40	46,5	-1,5	2,25
38.	37	45	38	31,5	13,5	182,25
39.	39	55,5	38	31,5	24	576
40.	39	55,5	39	38,5	17	289
41.	33	11,5	40	46,5	-35	1.225
42.	36	35,5	47	77	-41,5	1.722,25
43.	37	45	34	10,5	34,5	1.190,25
44.	34	18,5	39	38,5	-20	400
45.	36	35,5	36	21,5	14	196
46.	35	27	35	16	11	121
47.	35	27	35	16	11	121
48.	34	18,5	38	31,5	-13	169
49.	34	18,5	33	5,5	13	169
50.	33	11,5	36	21,5	-10	100
51.	34	18,5	34	10,5	8	64
52.	31	6	33	5,5	0,5	0,25
53.	36	35,5	34	10,5	25	625
54.	36	35,5	36	21,5	14	196
55.	32	8,5	43	67	-58,5	3.422,25
56.	35	27	41	56,5	-29,5	870,25
57.	36	35,5	33	5,5	30	900
58.	36	35,5	41	56,5	-21	441
59.	34	18,5	32	2,5	16	256
60.	28	2,5	33	5,5	-3	9
61.	42	72,5	43	67	5,5	30,25
62.	44	76	43	67	9	81
63.	37	45	35	16	29	841
64.	45	78	50	89,5	-11,5	132,25
65.	47	83,5	50	89,5	-6	36
66.	46	80,5	49	80,5	0	0
67.	48	87	49	80,5	6,5	42,25
68.	47	83,5	50	89,5	-6	36
69.	49	90,5	50	89,5	1	1
70.	47	83,5	50	89,5	-6	36
71.	49	90,5	50	89,5	1	1
72.	49	90,5	50	89,5	1	1
73.	49	90,5	50	89,5	1	1
74.	46	80,5	50	89,5	-9	81
75.	31	6	38	31,5	-25,5	650,25
76.	33	11,5	39	38,5	-27	729
77.	30	4	38	31,5	-27,5	756,25

No.	X1	Rank X1	Y	Rank Y	di	di ²
78.	32	8,5	42	62	-53,5	2.862,25
79.	34	18,5	42	62	-43,5	1.892,25
80.	33	11,5	37	25,5	-14	196
81.	35	27	35	16	11	121
82.	35	27	41	56,5	-29,5	870,25
83.	50	94,5	45	74	20,5	420,25
84.	41	71	43	67	4	16
85.	43	74,5	46	75,5	-1	1
86.	35	27	38	31,5	-4,5	20,25
87.	40	65	44	72	-7	49
88.	40	65	43	67	-2	4
89.	40	65	40	46,5	18,5	342,25
90.	38	50,5	43	67	-16,5	272,25
91.	34	18,5	42	62	-43,5	1.892,25
92.	38	50,5	40	46,5	4	16
93.	42	72,5	40	46,5	26	676
94.	43	74,5	41	56,5	18	324
95.	39	55,5	48	78	-22,5	506,25
96.	40	65	38	31,5	33,5	1.122,25
JMLH	3.718		3.924			34.040,5

Sumber: Data Yang Diolah Penulis (2025)

Dari tabel-tabel diatas, dapat dilihat bahwa terdapat data hasil perhitungan kuesioner, data ranking dari variabel X1 dan Y, data selisih dari tiap ranking X1 dan Y, serta data kuadrat selisish ranking variabel X1 dan Y.

Dikarenakan terdapat peringkat yang sama maka dapat digunakan faktor koreksi dengan rumus sebagai berikut:

$$r_s = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y^2 - \Sigma di^2}{2\sqrt{\Sigma x^2 + \Sigma y^2}}$$

Selanjutnya menghitung faktor koreksi dari variabel motivasi konsumen (TX1) dengan beberapa data memiliki nilai yang sama:

Tabel 4. 41
Data Rank Kembar Variabel X1

Rank Kembar	Jumlah	$\frac{t^3 - t}{12}$
2,5	2	0,5

Rank Kembar	Jumlah	$\frac{t^3 - t}{12}$
6	3	2
8,5	2	0,5
11,5	4	5
18,5	10	82,5
27	7	28
35,5	10	82,5
45	9	60
50,5	2	0,5
55,5	8	42
65	11	110
72,5	2	0,5
74,5	2	0,5
78	3	2
80,5	2	0,5
83,5	4	5
87	3	2
90,5	4	5
94,5	4	5
Jumlah TX1		434

Sumber: Data yang diolah penulis (2026)

Selanjutnya menghitung faktor koreksi dari variabel keputusan pembelian (TY) dengan beberapa data memiliki nilai yang sama:

Tabel 4. 42
Data Rank Kembar Variabel Y

Rank Kembar	Jumlah	$\frac{t^3 - t}{12}$
2,5	2	0,5
5,5	4	5
10,5	6	17,5
16	5	10
21,5	6	17,5
25,5	2	0,5
31,5	10	82,5
38,5	4	5
46,5	12	143
56,5	8	42
62	3	2
67	7	28
72	3	2

Rank Kembar	Jumlah	$\frac{t^3 - t}{12}$
75,5	2	0,5
80,5	4	5
89,5	14	227,5
Jumlah TY		588,5

Sumber: Data yang diolah penulis (2026)

Setelah diketahui nilai T setiap variabel, maka langkah selanjutnya mencari faktor koreksi X1 dan Y dengan rumus sebagai berikut:

$$\sum_{x1^2} = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_x$$

$$\sum_{y^2} = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_y$$

Diketahui :

$$N = 96$$

$$TX1 = 434$$

$$TY = 588,5$$

Jawab :

$$\sum_{x1^2} = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_x$$

$$\sum_{x1^2} = \frac{884.736 - 96}{12} - 434$$

$$\sum_{x1^2} = \frac{884.640}{12} - 434$$

$$\sum_{x1^2} = 73.720 - 434$$

$$\sum_{x1^2} = 73.286$$

$$\sum_{y^2} = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_y$$

$$\sum_{y^2} = \frac{884.736 - 96}{12} - 588,5$$

$$\sum_{y^2} = \frac{884.640}{12} - 588,5$$

$$\sum_{y^2} = 73.720 - 588,5$$

$$\sum_{y^2} = 73.131,5$$

Selanjutnya menghitung nilai rs rank kembar dengan rumus berikut:

$$r_s = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y^2 - \Sigma di^2}{2\sqrt{\Sigma x^2 \cdot \Sigma y^2}}$$

Diketahui :

$$\Sigma di^2 = 34.040,5$$

$$\Sigma x^2 = 73.286$$

$$\Sigma y^2 = 73.131,5$$

$$r_s = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y^2 - \Sigma di^2}{2\sqrt{\Sigma x^2 \cdot \Sigma y^2}}$$

$$r_s = \frac{73.286 + 73.131,5 - 34.040,5}{2\sqrt{73.286 \times 73.131,5}}$$

$$r_s = \frac{112.377}{2\sqrt{5.359.515.109}}$$

$$r_s = \frac{112.377}{2 \times 73.208,709}$$

$$r_s = \frac{112.377}{146.417,418}$$

$$r_s = 0,768$$

Dari perhitungan analisis koefisien korelasi rank spearman di atas, maka didapatkan nilai $r_{\{x_1y\}}$ antara variabel motivasi konsumen X_1 dan keputusan pembelian Y adalah sebesar 0,768. Apabila dilihat pada tabel 3.3 interpretasi,

maka nilai koefisien korelasi antara variabel motivasi konsumen dan keputusan pembelian berada pada interval 0,60 – 0,799 sehingga hubungan antara variabel motivasi konsumen dan keputusan pembelian adalah Kuat. Sedangkan untuk menginterpretasikan arah hubungan korelasi rank spearman yaitu nilai $0 \leq 0,768 \leq 1$ dengan tanda positif (+), maka nilai koefisien korelasi memiliki arah hubungan yang berbanding lurus. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan kuat antara motivasi konsumen dan keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa semakin baik motivasi konsumen, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Pada penelitian kali ini, analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis. Untuk menghitung analisis koefisien detrmniasi penulis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = rs^2 \times 100\%$$

Diketahui :

$$rs = 0,768$$

Jawab :

$$Kd = rs^2 \times 100\%$$

$$Kd = (0,768)^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,589 \times 100\%$$

$$Kd = 58,9\%$$

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa besarnya persentase pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis adalah sebesar 58,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis dipengaruhi oleh motivasi konsumen sebesar 58,9%, sedangkan 41,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji t

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji kesesuaian antara variabel bebas dan variabel terikat serta menilai apakah hasilnya dapat diterima atau harus ditolak. Uji t membantu memastikan bahwa hubungan yang ditemukan motivasi konsumen dan keputusan pembelian tidak terjadi secara kebetulan, tetapi memiliki dasar statistik yang kuat. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Diketahui :

$$rs = 0,768$$

$$n = 96$$

Jawab :

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

$$t = \frac{0,768\sqrt{96-2}}{\sqrt{1-0,768^2}}$$

$$t = \frac{0,768\sqrt{94}}{\sqrt{1-0,589}}$$

$$t = \frac{0,768 \times 9,695}{\sqrt{0,411}}$$

$$t = \frac{7,441}{0,641}$$

$$t = 11,608$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapatkan t_{hitung} sebesar 11,608. Selanjutnya perlu diketahui t_{tabel} dengan dengan tingkat signifikansi sebesar (α) = 0,05 (5%), *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n adalah jumlah sampel, dan k = jumlah dari variabel (bebas+terikat), dapat diketahui sebagai berikut:

Diketahui :

$$K = 2$$

$$N = 96$$

$$Df = 96 - 2 = 94$$

$$t_{tabel} = t (\alpha; df)$$

$$t (0,05;94) = 1,98552$$

Dari sini dapat diperoleh nilai t_{tabel} adalah 1,986. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($11,608 > 1,986$), maka hipotesis yang diajukan diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis.

4.1.3.2 Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe I'm You Ciamis

Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis maka dilakukan analisis yang meliputi

analisis koefisien korelasi *rank spearman*, analisis koefisien determinasi dan uji t.

Berikut data analisis terkait persepsi konsumen dan keputusan pembelian:

1. Analisis Koefisien Korelasi *Rank spearman*

Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *rank spearman* untuk menguji hubungan atau signifikansi hipotesis asosiatif pada variabel berskala ordinal, yaitu untuk menganalisis hubungan antara persepsi konsumen (X2) dan keputusan pembelian (Y) berdasarkan data kuesioner. Maka diperoleh hasil analisis statistik menggunakan korelasi *rank spearman* sebagai berikut:

Tabel 4. 43
Bobot-bobot Untuk Perhitungan Korelasi *Rank spearman* (X2 Dan Y)

No.	X2	Rank X2	Y	Rank Y	di	di ²
1.	32	58,5	41	56,5	2	4
2.	30	43,5	43	67	-23,5	552,25
3.	30	43,5	38	31,5	12	144
4.	32	58,5	49	80,5	-22	484
5.	32	58,5	39	38,5	20	400
6.	34	70	50	89,5	-19,5	380,25
7.	32	58,5	40	46,5	12	144
8.	32	58,5	40	46,5	12	144
9.	37	78,5	50	89,5	-11	121
10.	37	78,5	50	89,5	-11	121
11.	32	58,5	40	46,5	12	144
12.	32	58,5	40	46,5	12	144
13.	35	73,5	41	56,5	17	289
14.	27	11	44	72	-61	3.721
15.	32	58,5	40	46,5	12	144
16.	40	92,5	50	89,5	3	9
17.	31	49,5	41	56,5	-7	49
18.	32	58,5	41	56,5	2	4
19.	38	82,5	44	72	10,5	110,25
20.	39	86,5	50	89,5	-3	9
21.	37	78,5	46	75,5	3	9
22.	38	82,5	49	80,5	2	4
23.	32	58,5	34	10,5	48	2.304
24.	28	21,5	34	10,5	11	121
25.	26	6,5	34	10,5	-4	16

No.	X2	Rank X2	Y	Rank Y	di	di ²
26.	33	67,5	40	46,5	21	441
27.	29	33,5	37	25,5	8	64
28.	29	33,5	38	31,5	2	4
29.	27	11	36	21,5	-10,5	110,25
30.	27	11	35	16	-5	25
31.	28	21,5	36	21,5	0	0
32.	22	1	28	1	0	0
33.	23	2	32	2,5	-0,5	0,25
34.	29	33,5	40	46,5	-13	169
35.	27	11	38	31,5	-20,5	420,25
36.	31	49,5	36	21,5	28	784
37.	29	33,5	40	46,5	-13	169
38.	28	21,5	38	31,5	-10	100
39.	27	11	38	31,5	-20,5	420,25
40.	30	43,5	39	38,5	5	25
41.	30	43,5	40	46,5	-3	9
42.	29	33,5	47	77	-43,5	1.892,25
43.	36	76	34	10,5	65,5	4.290,25
44.	28	21,5	39	38,5	-17	289
45.	30	43,5	36	21,5	22	484
46.	28	21,5	35	16	5,5	30,25
47.	28	21,5	35	16	5,5	30,25
48.	27	11	38	31,5	-20,5	420,25
49.	30	43,5	33	5,5	38	1.444
50.	29	33,5	36	21,5	12	144
51.	30	43,5	34	10,5	33	1.089
52.	26	6,5	33	5,5	1	1
53.	30	43,5	34	10,5	33	1.089
54.	28	21,5	36	21,5	0	0
55.	28	21,5	43	67	-45,5	2.070,25
56.	30	43,5	41	56,5	-13	169
57.	29	33,5	33	5,5	28	784
58.	29	33,5	41	56,5	-23	529
59.	25	4	32	2,5	1,5	2,25
60.	25	4	33	5,5	-1,5	2,25
61.	32	58,5	43	67	-8,5	72,25
62.	35	73,5	43	67	6,5	42,25
63.	28	21,5	35	16	5,5	30,25
64.	39	86,5	50	89,5	-3	9
65.	39	86,5	50	89,5	-3	9
66.	40	92,5	49	80,5	12	144
67.	40	92,5	49	80,5	12	144

No.	X2	Rank X2	Y	Rank Y	di	di ²
68.	40	92,5	50	89,5	3	9
69.	40	92,5	50	89,5	3	9
70.	39	86,5	50	89,5	-3	9
71.	40	92,5	50	89,5	3	9
72.	40	92,5	50	89,5	3	9
73.	38	82,5	50	89,5	-7	49
74.	40	92,5	50	89,5	3	9
75.	28	21,5	38	31,5	-10	100
76.	27	11	39	38,5	-27,5	756,25
77.	28	21,5	38	31,5	-10	100
78.	25	4	42	62	-58	3364
79.	32	58,5	42	62	-3,5	12,25
80.	28	21,5	37	25,5	-4	16
81.	28	21,5	35	16	5,5	30,25
82.	32	58,5	41	56,5	2	4
83.	38	82,5	45	74	8,5	72,25
84.	35	73,5	43	67	6,5	42,25
85.	33	67,5	46	75,5	-8	64
86.	28	21,5	38	31,5	-10	100
87.	32	58,5	44	72	-13,5	182,25
88.	35	73,5	43	67	6,5	42,25
89.	32	58,5	40	46,5	12	144
90.	37	78,5	43	67	11,5	132,25
91.	30	43,5	42	62	-18,5	342,25
92.	32	58,5	40	46,5	12	144
93.	34	70	40	46,5	23,5	552,25
94.	29	33,5	41	56,5	-23	529
95.	29	33,5	48	78	-44,5	1.980,25
96.	34	70	38	31,5	38,5	1.482,25
JMLH	3.037		3.924			37.819

Sumber: Data Yangg Diolah Penulis (2025)

Dari tabel-tabel diatas, dapat dilihat bahwa terdapat data hasil perhitungan kuesioner, data ranking dari variabel X2 dan Y, data selisih dari tiap ranking X2 dan Y, serta data kuadrat selisish ranking variabel X2 dan Y.

Dikarenakan terdapat peringkat yang sama maka dapat digunakan faktor koreksi dengan rumus sebagai berikut:

$$r_s = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y^2 - \Sigma_{di}^2}{2\sqrt{\Sigma x^2 + \Sigma y^2}}$$

Sebelumnya pada tabel 4.42 telah dikerahui bahawa faktor koreksi variabel keputusan pembelian (TY) memiliki bobot sebesar 588,8, selanjutnya dibutuhkan menghitung faktor koreksi dari variabel persepsi konsumen (TX2) dengan beberapa data memiliki nilai yang samasebagai berikut :

Tabel 4. 44
Data Rank Kembar Variabel X2

Rank Kembar	Jumlah	$\frac{t^3 - t}{12}$
4	3	2
6,5	2	0,5
11	7	28
21,5	14	227,5
33,5	10	82,5
43,5	10	82,5
49,5	2	0,5
58,5	16	340
67,5	2	0,5
70	3	2
73,5	4	5
78,5	4	5
82,5	4	5
86,5	4	5
92,5	8	42
Jumlah TX2		828

Sumber: Data yang diolah penulis (2026)

Setelah diketahui nilai T setiap variabel, maka langkah selanjutnya mencari faktor koreksi X2 dan Y dengan rumus sebagai berikut:

$$\sum_{x^2} = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_x$$

$$\sum_{y^2} = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_y$$

Diketahui :

$$N = 96$$

$$TX2 = 828$$

$$TY = 588,5$$

Jawab :

$$\sum_{x^2} = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_x$$

$$\sum_{x^2} = \frac{884.736 - 96}{12} - 828$$

$$\sum_{x^2} = \frac{884.640}{12} - 828$$

$$\sum_{x^2} = 73.720 - 828$$

$$\sum_{x^2} = 72.892$$

$$\sum_{y^2} = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_y$$

$$\sum_{y^2} = \frac{884.736 - 96}{12} - 588,5$$

$$\sum_{y^2} = \frac{884.640}{12} - 588,5$$

$$\sum_{y^2} = 73.720 - 588,5$$

$$\sum_{y^2} = 73.131,5$$

Selanjutnya menghitung nilai rs rank kembar dengan rumus sebagai berikut:

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

Diketahui :

$$\sum di^2 = 37.818,5$$

$$\sum x^2 = 72.892$$

$$\Sigma y^2 = 73.131,5$$

Jawab:

$$r_s = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y^2 - \Sigma di^2}{2\sqrt{\Sigma x^2 \cdot \Sigma y^2}}$$

$$r_s = \frac{72.892 + 73.131,5 - 37.818,5}{2\sqrt{72.892 \times 73.131,5}}$$

$$r_s = \frac{108.205}{2\sqrt{5.330.701.298}}$$

$$r_s = \frac{108.205}{2 \times 73.011,652}$$

$$r_s = \frac{108.205}{146.023,304}$$

$$r_s = 0,741$$

Dari perhitungan analisis koefisien korelasi rank spearman di atas, maka didapatkan nilai r_{x_2y} antara variabel persepsi konsumen (X_2) dan keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,741. Apabila dilihat pada tabel 3.3 interpretasi, maka nilai koefisien korelasi antara variabel persepsi konsumen dan keputusan pembelian berada pada interval 0,60 – 0,799 sehingga hubungan antara variabel persepsi konsumen dan keputusan pembelian adalah kuat. Sedangkan untuk menginterpretasikan arah hubungan korelasi rank spearman yaitu nilai $0 \leq 0,741 \leq 1$ dengan tanda positif (+), maka nilai koefisien korelasi memiliki arah hubungan yang berbanding lurus. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan kuat antara persepsi konsumen dan keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Pada penelitian kali ini, analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel persepsi konsumen (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Cafe I'm You Ciamis. Untuk menghitung analisis koefisien detrminasi penulis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = rs^2 \times 100\%$$

Diketahui :

$$rs = 0,741$$

Maka :

$$Kd = rs^2 \times 100\%$$

$$Kd = (0,741)^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,549 \times 100\%$$

$$Kd = 54,9\%$$

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa besarnya persentase pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis adalah sebesar 54,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis dipengaruhi oleh persepsi konsumen sebesar 54,9%, sedangkan 45,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji t

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji kesesuaian antara variabel bebas dan variabel terikat serta menilai apakah hasilnya dapat diterima atau harus ditolak. Uji t membantu memastikan bahwa hubungan yang ditemukan persepsi konsumen

dan keputusan pembelian tidak terjadi secara kebetulan, tetapi memiliki dasar statistik yang kuat, dengan rumus sebagai berikut:

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

Diketahui :

$$rs = 0,741$$

$$n = 96$$

Maka :

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

$$t = \frac{0,741\sqrt{96-2}}{\sqrt{1-0,741^2}}$$

$$t = \frac{0,741\sqrt{94}}{\sqrt{1-0,549}}$$

$$t = \frac{0,741 \times 9,695}{\sqrt{0,451}}$$

$$t = \frac{7,184}{0,671}$$

$$t = 10,699$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapatkan t_{hitung} sebesar 10,699.

Selanjutnya perlu diketahui t_{tabel} dengan dengan tingkat signifikansi sebesar $(\alpha) = 0,05$ (5%), *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n adalah jumlah sampel, dan k = jumlah dari variabel (bebas+terikat), dapat diketahui sebagai berikut:

Diketahui :

$$K = 2$$

$$N = 96$$

$$Df = 96 - 2 = 94$$

Maka :

$$t_{tabel} = t(\alpha; df)$$

$$t(0,05;94) = 1,98552$$

Dari sini dapat diperoleh nilai t_{tabel} adalah 1,986. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($10,699 > 1,986$), maka hipotesis yang diajukan diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis.

4.1.3.3 Pengaruh Motivasi Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe I'm You Ciamis

Untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis maka dilakukan analisis data yang meliputi analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi dan uji F. Adapun data nilai-nilai untuk perhitungan regresi dan korelasi dapat dilihat pada tabel 4.46 berikut:

Tabel 4. 45
Data Variabel Motivasi Konsumen, Variabel Persepsi Konsumen Dan Variabel Keputusan Pembelian

NO	X1	X2	Y	X1 ²	X2 ²	Y2	X1Y	X2Y	X1X2
1.	39	32	41	1.521	1.024	1.681	1.599	1.312	1.248
2.	39	30	43	1.521	900	1.849	1.677	1.290	1.170
3.	37	30	38	1.369	900	1.444	1.406	1.140	1.110
4.	48	32	49	2.304	1.024	2.401	2.352	1.568	1.536
5.	40	32	39	1.600	1.024	1.521	1.560	1.248	1.280
6.	45	34	50	2.025	1.156	2.500	2.250	1.700	1.530

NO	X1	X2	Y	X1 ²	X2 ²	Y2	X1Y	X2Y	X1X2
7.	40	32	40	1.600	1.024	1.600	1.600	1.280	1.280
8.	40	32	40	1.600	1.024	1.600	1.600	1.280	1.280
9.	50	37	50	2.500	1.369	2.500	2.500	1.850	1.850
10.	40	37	50	1.600	1.369	2.500	2.000	1.850	1.480
11.	40	32	40	1.600	1.024	1.600	1.600	1.280	1.280
12.	40	32	40	1.600	1.024	1.600	1.600	1.280	1.280
13.	39	35	41	1.521	1.225	1.681	1.599	1.435	1.365
14.	47	27	44	2.209	729	1.936	2.068	1.188	1.269
15.	37	32	40	1.369	1.024	1.600	1.480	1.280	1.184
16.	50	40	50	2.500	1.600	2.500	2.500	2.000	2.000
17.	36	31	41	1.296	961	1.681	1.476	1.271	1.116
18.	39	32	41	1.521	1.024	1.681	1.599	1.312	1.248
19.	40	38	44	1.600	1.444	1.936	1.760	1.672	1.520
20.	48	39	50	2.304	1.521	2.500	2.400	1.950	1.872
21.	45	37	46	2.025	1.369	2.116	2.070	1.702	1.665
22.	50	38	49	2.500	1.444	2.401	2.450	1.862	1.900
23.	31	32	34	961	1.024	1.156	1.054	1.088	992
24.	34	28	34	1.156	784	1.156	1.156	952	952
25.	36	26	34	1.296	676	1.156	1.224	884	936
26.	37	33	40	1.369	1.089	1.600	1.480	1.320	1.221
27.	36	29	37	1.296	841	1.369	1.332	1.073	1.044
28.	37	29	38	1.369	841	1.444	1.406	1.102	1.073
29.	35	27	36	1.225	729	1.296	1.260	972	945
30.	34	27	35	1.156	729	1.225	1.190	945	918
31.	34	28	36	1.156	784	1.296	1.224	1.008	952
32.	27	22	28	729	484	784	756	616	594
33.	28	23	32	784	529	1.024	896	736	644
34.	39	29	40	1.521	841	1.600	1.560	1.160	1.131
35.	36	27	38	1.296	729	1.444	1.368	1.026	972
36.	37	31	36	1.369	961	1.296	1.332	1.116	1.147
37.	37	29	40	1.369	841	1.600	1.480	1.160	1.073
38.	37	28	38	1.369	784	1.444	1.406	1.064	1.036
39.	39	27	38	1.521	729	1.444	1.482	1.026	1.053
40.	39	30	39	1.521	900	1.521	1.521	1.170	1.170
41.	33	30	40	1.089	900	1.600	1.320	1.200	990
42.	36	29	47	1.296	841	2.209	1.692	1.363	1.044
43.	37	36	34	1.369	1.296	1.156	1.258	1.224	1.332
44.	34	28	39	1.156	784	1.521	1.326	1.092	952
45.	36	30	36	1.296	900	1.296	1.296	1.080	1.080
46.	35	28	35	1.225	784	1.225	1.225	980	980
47.	35	28	35	1.225	784	1.225	1.225	980	980
48.	34	27	38	1.156	729	1.444	1.292	1.026	918
49.	34	30	33	1.156	900	1.089	1.122	990	1.020
50.	33	29	36	1.089	841	1.296	1.188	1.044	957
51.	34	30	34	1.156	900	1.156	1.156	1.020	1.020
52.	31	26	33	961	676	1.089	1.023	858	806
53.	36	30	34	1.296	900	1.156	1.224	1.020	1.080

NO	X1	X2	Y	X1 ²	X2 ²	Y2	X1Y	X2Y	X1X2
54.	36	28	36	1.296	784	1.296	1.296	1.008	1.008
55.	32	28	43	1.024	784	1.849	1.376	1.204	896
56.	35	30	41	1.225	900	1.681	1.435	1.230	1.050
57.	36	29	33	1.296	841	1.089	1.188	957	1.044
58.	36	29	41	1.296	841	1.681	1.476	1.189	1.044
59.	34	25	32	1.156	625	1.024	1.088	800	850
60.	28	25	33	784	625	1.089	924	825	700
61.	42	32	43	1.764	1.024	1.849	1.806	1.376	1.344
62.	44	35	43	1.936	1.225	1.849	1.892	1.505	1.540
63.	37	28	35	1.369	784	1.225	1.295	980	1.036
64.	45	39	50	2.025	1.521	2.500	2.250	1.950	1.755
65.	47	39	50	2.209	1.521	2.500	2.350	1.950	1.833
66.	46	40	49	2.116	1.600	2.401	2.254	1.960	1.840
67.	48	40	49	2.304	1.600	2.401	2.352	1.960	1.920
68.	47	40	50	2.209	1.600	2.500	2.350	2.000	1.880
69.	49	40	50	2.401	1.600	2.500	2.450	2.000	1.960
70.	47	39	50	2.209	1.521	2.500	2.350	1.950	1.833
71.	49	40	50	2.401	1.600	2.500	2.450	2.000	1.960
72.	49	40	50	2.401	1.600	2.500	2.450	2.000	1.960
73.	49	38	50	2.401	1.444	2.500	2.450	1.900	1.862
74.	46	40	50	2.116	1.600	2.500	2.300	2.000	1.840
75.	31	28	38	961	784	1.444	1.178	1.064	868
76.	33	27	39	1.089	729	1.521	1.287	1.053	891
77.	30	28	38	900	784	1.444	1.140	1.064	840
78.	32	25	42	1.024	625	1.764	1.344	1.050	800
79.	34	32	42	1.156	1.024	1.764	1.428	1.344	1.088
80.	33	28	37	1.089	784	1.369	1.221	1.036	924
81.	35	28	35	1.225	784	1.225	1.225	980	980
82.	35	32	41	1.225	1.024	1.681	1.435	1.312	1.120
83.	50	38	45	2.500	1.444	2.025	2.250	1.710	1.900
84.	41	35	43	1.681	1.225	1.849	1.763	1.505	1.435
85.	43	33	46	1.849	1.089	2.116	1.978	1.518	1.419
86.	35	28	38	1.225	784	1.444	1.330	1.064	980
87.	40	32	44	1.600	1.024	1.936	1.760	1.408	1.280
88.	40	35	43	1.600	1.225	1.849	1.720	1.505	1.400
89.	40	32	40	1.600	1.024	1.600	1.600	1.280	1.280
90.	38	37	43	1.444	1.369	1.849	1.634	1.591	1.406
91.	34	30	42	1.156	900	1.764	1.428	1.260	1.020
92.	38	32	40	1.444	1.024	1.600	1.520	1.280	1.216
93.	42	34	40	1.764	1.156	1.600	1.680	1.360	1.428
94.	43	29	41	1.849	841	1.681	1.763	1.189	1.247
95.	39	29	48	1.521	841	2.304	1.872	1.392	1.131
96.	40	34	38	1.600	1.156	1.444	1.520	1.292	1.360
Σ	3.718	3.037	3.924	147.058	98.013	163.352	154.478	126.046	119.643

Sumber: Data yang Diolah Peneliti (2025)

a. Analisis Regresi linear Berganda

Analisis digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variable X1 (Motivasi konsumen) X2 (Persepsi konsumen) dengan variable Y (Keputusan pembelian) secara bersamaan. Adapun rumus statistiknya yaitu analisis regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Dari tabel 4.45 dapat diketahui sebagai berikut :

$$\sum n = 96$$

$$\sum x_1 = 3.718$$

$$\sum x_2 = 3.037$$

$$\sum y = 3.924$$

$$\sum x_1^2 = 147.058$$

$$\sum x_2^2 = 98.013$$

$$\sum y^2 = 163.352$$

$$\sum x_1 y = 154.478$$

$$\sum x_2 y = 126.046$$

$$\sum x_1 x_2 = 119.643$$

Masukkan hasil dari nilai-nilai statistik ke dalam rumus

$$a. \sum X_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n} = 147.058 - \frac{(3.718)^2}{96} = 3.062,958$$

$$b. \sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n} = 98.013 - \frac{(3.037)^2}{96} = 1.936,240$$

$$c. \sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} = 163.352 - \frac{(3.924)^2}{96} = 2.958,500$$

$$d. \sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1) \cdot (\sum Y)}{n} = 154.478 - \frac{(3.718) \cdot (3.924)}{96} = 2.504,750$$

$$e. \sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2) \cdot (\sum Y)}{n} = 126.046 - \frac{(3.037) \cdot (3.924)}{96} = 1.908,625$$

$$f. \sum X_1 X_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1) \cdot (\sum X_2)}{n} = 119.643 - \frac{(3.718) \cdot (3.037)}{96} = 2.022,521$$

Kemudian masukkan hasil dari jumlah kuadrat ke persamaan b_1 , b_2 dan a :

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2) \cdot (\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2) \cdot (\sum y^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_1 = \frac{(1.936,240) \cdot (2.504,750) - (2.022,521) \cdot (1.908,625)}{(3.062,958) \cdot (1.936,240) - (2.022,521)^2}$$

$$b_1 = \frac{4.849.796,096 - 3.860.233,826}{5.930.621,167 - 4.090.590,521}$$

$$b_1 = \frac{989.562,271}{1.840.030,646}$$

$$b_1 = 0,538$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2) \cdot (\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2) \cdot (\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(3.062,958) \cdot (1.908,625) - (2.022,521) \cdot (2.504,750)}{(3.062,958) \cdot (1.936,240) - (2.022,521)^2}$$

$$b_2 = \frac{5.846.038,849 - 5.065.909,057}{5.930.621,167 - 4.090.590,521}$$

$$b_2 = \frac{780.129,792}{1.840.030,646}$$

$$b_2 = 0,424$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1 \frac{\sum X_1}{n} - b_2 \frac{\sum X_2}{n}$$

$$a = \frac{3.924}{96} - 0,538 \frac{3.718}{96} - 0,424 \frac{3.037}{96}$$

$$a = 40,875 - (0,538 \cdot 38,729) - (0,424 \cdot 31,635)$$

$$a = 40,875 - 20,828 - 13,413$$

$$a = 6,634$$

Maka:

$$Y = a + bx_1 + bx_2$$

$$Y = 6,634 + 0,538X_1 + 0,424X_2$$

Dari perhitungan analisis regresi dapat diketahui persamaan regresinya yaitu $Y = 6,634 + 0,538X_1 + 0,424X_2$ artinya bahwa apabila motivasi konsumen (X_1) bertambah 1 dan persepsi konsumen (X_2) tetap atau konstan maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,538, apabila persepsi konsumen bertambah 1 dan motivasi konsumen tetap atau konstan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,424, dan apabila nilai motivasi konsumen dan persepsi konsumen sama dengan 0 maka nilai keputusan pembelian sebesar konstanta yaitu 6,634. Lebih lanjut, koefisien motivasi konsumen yang lebih besar dibandingkan persepsi konsumen menunjukkan bahwa dorongan internal konsumen seperti kebutuhan akan ruang sosial atau gaya hidup memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam menentukan keputusan pembelian. Hal ini selaras dengan karakteristik bisnis kafe lokal yang kini tidak hanya sekadar menjual produk kopi, tetapi juga menjual pengalaman dan suasana. Tingginya pengaruh motivasi konsumen ini mengindikasikan bahwa konsumen lokal cenderung melakukan pembelian atas dasar pemenuhan kebutuhan emosional dan fungsional (seperti tempat bekerja atau bersosialisasi) dibandingkan sekadar persepsi terhadap kualitas fisik produk semata.

b. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Selanjutnya untuk mengetahui hubungan antara variabel motivasi konsumen dan persepsi konsumen dengan keputusan pembelian pada Cafe I'm

You Ciamis maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$R_{x_1.x_2.y} = \sqrt{\frac{r_{x_1.y}^2 + r_{x_2.y}^2 - 2(r_{x_1.y})(r_{x_2.y})(r_{x_1x_2})}{1 - (r_{x_1x_2}^2)}}$$

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah motivasi konsumen dan persepsi konsumen sedangkan variabel terikatnya ialah keputusan pembelian. Diketahui nilai $r_{x_1.y}$ dan $r_{x_2.y}$ adalah berturut-turut 0,768 dan 0,741 Sedangkan untuk nilai r_s untuk $r_{x_1x_2}$ belum diketahui, sehingga sebelum mensubstitusikanya ke dalam rumus korelasi ganda di atas, maka terlebih dahulu mencari nilai r_s untuk $r_{x_1x_2}$ dengan perhitungan koefisien korelasi *Rank Spearman*.

Tabel 4. 46
Bobot-bobot Untuk Perhitungan Korelasi *Rank spearman* X1 Dan X2

No.	X1	Rank X1	X2	Rank X2	di	di ²
1.	46	51,5	45	50,5	1	1
2.	40	32	34	5,5	26,5	702,25
3.	39	24	42	41	-17	289
4.	28	2,5	41	35	-32,5	1056,25
5.	41	38	40	23,5	14,5	210,25
6.	40	32	41	35	-3	9
7.	40	32	39	15,5	16,5	272,25
8.	43	44	32	3	41	1681
9.	39	24	40	23,5	0,5	0,25
10.	39	24	42	41	-17	289
11.	40	32	40	23,5	8,5	72,25
12.	40	32	40	23,5	8,5	72,25
13.	39	24	36	9	15	225
14.	28	2,5	39	15,5	-13	169
15.	40	32	45	50,5	-18,5	342,25
16.	46	51,5	43	43,5	8	64
17.	43	44	40	23,5	20,5	420,25
18.	37	12	41	35	-23	529
19.	39	24	44	46,5	-22,5	506,25
20.	40	32	38	12,5	19,5	380,25
21.	42	40,5	47	54	-13,5	182,25

No.	X1	Rank X1	X2	Rank X2	di	di ²
22.	45	48,5	40	23,5	25	625
23.	45	48,5	37	10	38,5	1482,25
24.	36	7,5	38	12,5	-5	25
25.	36	7,5	44	46,5	-39	1521
26.	36	7,5	27	1	6,5	42,25
27.	25	1	43	43,5	-42,5	1806,25
28.	43	44	41	35	9	81
29.	43	44	40	23,5	20,5	420,25
30.	48	54	40	23,5	30,5	930,25
31.	45	48,5	40	23,5	25	625
32.	36	7,5	35	7,5	0	0
33.	38	17,5	40	23,5	-6	36
34.	49	55,5	48	55	0,5	0,25
35.	43	44	49	56	-12	144
36.	50	57,5	50	57,5	0	0
37.	39	24	41	35	-11	121
38.	37	12	41	35	-23	529
39.	37	12	35	7,5	4,5	20,25
40.	41	38	41	35	3	9
41.	42	40,5	44	46,5	-6	36
42.	31	4	42	41	-37	1369
43.	50	57,5	50	57,5	0	0
44.	38	17,5	45	50,5	-33	1089
45.	47	53	46	53	0	0
46.	35	5	45	50,5	-45,5	2070,25
47.	41	38	31	2	36	1296
48.	38	17,5	40	23,5	-6	36
49.	39	24	40	23,5	0,5	0,25
50.	37	12	40	23,5	-11,5	132,25
51.	38	17,5	34	5,5	12	144
52.	49	55,5	38	12,5	43	1849
53.	40	32	41	35	-3	9
54.	37	12	40	23,5	-11,5	132,25
55.	40	32	33	4	28	784
56.	45	48,5	38	12,5	36	1296
57.	38	17,5	44	46,5	-29	841
58.	38	17,5	41	35	-17,5	306,25
JMLH	3.718		2.351			27.281

Sumber: Data Yang Diolah Penulis (2025)

Dari tabel-tabel diatas, dapat dilihat bahwa terdapat data hasil perhitungan kuesioner, data ranking variabel motivasi konsumen dan persepsi konsumen, data selisih tiap ranking dan data kuadrat selisish ranking variabel. Sebelumnya telah diketahui bahwa nilai faktor koreksi X1 (73.286) dan nilai faktor koreksi X2 (72.892.)

Makan selanjutnya menghitung nilai rs untuk $r_{X_1X_2}$ dengan rumus berikut:

$$r_s = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y^2 - \Sigma di^2}{2\sqrt{\Sigma x^2 \cdot \Sigma y^2}}$$

Diketahui :

$$\Sigma di^2 = 30.087$$

$$\Sigma x_1^2 = 73.286$$

$$\Sigma x_2^2 = 72.892$$

Maka :

$$r_s = \frac{\Sigma x_1^2 + \Sigma x_2^2 - \Sigma di^2}{2\sqrt{\Sigma x_1^2 \cdot \Sigma x_2^2}}$$

$$r_s = \frac{73.286 + 72.892 - 30.087}{2\sqrt{73.286 \times 72.892}}$$

$$r_s = \frac{116.091,5}{2\sqrt{5.341.963.112}}$$

$$r_s = \frac{116.091,5}{2 \times 73.088,735}$$

$$r_s = \frac{116.091,5}{146.177,469}$$

$$r_s = 0,794$$

Dari hasil analisis tersebut diperoleh hasil $r_{x_1x_2}$ sebesar 0,794, selanjutnya didistribusikan kedalam rumus koefisien korelasi berganda:

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r_{x_1y}^2 + r_{x_2y}^2 - 2(r_{x_1y})(r_{x_2y})(r_{x_1x_2})}{1 - (r_{x_1x_2}^2)}}$$

Diketahui :

$$r_{x_1y} = 0,768$$

$$r_{x_2y} = 0,741$$

$$r_{x_1x_2} = 0,794$$

Maka :

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r_{x_1y}^2 + r_{x_2y}^2 - 2(r_{x_1y})(r_{x_2y})(r_{x_1x_2})}{1 - (r_{x_1x_2}^2)}}$$

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{(0,768 + 0,741) - 2(0,768)(0,741)(0,794)}{1 - (0,794^2)}}$$

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{0,589 + 0,549 - 0,903}{1 - (0,631)}}$$

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{0,235}{0,369}}$$

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{0,636}$$

$$R_{x_1x_2y} = 0,797$$

Dari hasil analisis tersebut diperoleh hasil R sebesar 0,797. Berdasarkan penafsiran tingkat hubungan seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.3 interpretasi, $r = 0,797$ termasuk kategori kuat dan mempunyai arah yang positif. Dengan

demikian, tingkat korelasi atau hubungan dua variabel bebas antara motivasi konsumen dan persepsi konsumen secara simultan atau bersama-sama dengan variabel terikat keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis dinyatakan memiliki hubungan yang kuat. Nilai R juga positif sehingga memiliki hubungan yang searah, artinya apabila motivasi konsumen semakin tinggi dan persepsi konsumen semakin tinggi, maka keputusan pembelian akan meningkat.

c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh antara variabel terikat dengan variabel bebas, serta untuk mengetahui pengaruh dari faktor lain diluar variabel bebas digunakan rumus menurut Sugiyono (2012:230) sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,797)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,636 \times 100\%$$

$$KD = 63,6\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi konsumen dan persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis sebesar 63,6%. Sedangkan 36,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

d. Uji Hipotesis Keseluruhan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis, pengujian dilakukan dengan langkah- langkah sebagai berikut :

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

$$F = \frac{0,797^2/2}{(1 - 0,797^2)/(96 - 2 - 1)}$$

$$F = \frac{0,636/2}{(1 - 0,636)/93}$$

$$F = \frac{0,100}{0,364/93}$$

$$F = \frac{0,318}{0,004}$$

$$F = 81,205$$

Berdasarkan hasil perhitungan, ternyata diperoleh nilai F_{hitung} adalah 81,189 dan F_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ serta $dk = n - k - 1$ atau $96 - 2 - 1 = 93$ hasilnya adalah $F_{tabel} = 3,09$. Dengan perhitungan tersebut, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($81,189 > 3,09$), yang artinya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel motivasi konsumen dan persepsi konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis. Dengan demikian, maka hipotesis yang diajukan dapat diterima dan teruji kebenarannya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe I'm You Ciamis

Berdasarkan hasil penelitian deskriptif diketahui bahwa tanggapan responden mengenai motivasi konsumen pada Cafe I'm You Ciamis memiliki total skor sebesar 3.718 yang berada dalam interval 3.264 – 4.031 dengan kategori Tinggi, artinya bahwa dorongan dari dalam diri konsumen maupun stimulus dari pihak cafe telah berhasil menciptakan alasan yang kuat bagi pelanggan untuk

datang. Adapun skor indikator yang tertinggi adalah indikator Kebutuhan Sosial dengan skor rata-rata sebesar 379,0, sementara skor rata-rata terendah berada pada indikator Kebutuhan Fisiologis dengan skor rata-rata sebesar 366,5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa motivasi konsumen pada Cafe I'm You Ciamis ini sudah tinggi. yang artinya strategi penjualan langsung yang dilakukan telah mampu membangun hubungan yang positif dengan konsumen, meningkatkan kepercayaan terhadap produk, serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan penjualan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Rachmawati (2020:118) yang menyatakan bahwa “kebutuhan sosial memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian dalam coffee shop di Bandung dibandingkan dengan faktor lainnya”

Berdasarkan hasil penelitian dengan pendekatan kuantitatif, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,768 yang termasuk dalam kategori kuat, artinya hubungan ini bersifat positif, maka semakin tinggi motivasi konsumen akan semakin tinggi keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis. Besar pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian diperoleh sebesar 58,9%, artinya keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis dipengaruhi oleh motivasi konsumen sebesar 58,9%, sedangkan 41,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya, hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (11,608) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), yang berarti bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Dengan demikian, motivasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang

artinya semakin tinggi motivasi konsumen, keputusan pembelian akan semakin meningkat pula.

Hal ini diperkuat oleh pendapat menurut Robbins & Judge (2015) menjelaskan bahwa “Motivasi konsumen adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. Dalam konteks pemasaran, motivasi yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk memutuskan membeli produk yang ditawarkan”. Pendapat tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2017) dan Fahmi (2019) yang membuktikan bahwa motivasi konsumen merupakan faktor kunci yang mendorong munculnya keputusan pembelian secara signifikan.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa motivasi konsumen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis. Hubungan antar variabel yang tergolong kuat ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi konsumen, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

4.2.2 Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe I'm You Ciamis

Berdasarkan hasil penelitian deskriptif diketahui bahwa tanggapan responden mengenai persepsi konsumen pada Cafe I'm You Ciamis memiliki total skor sebesar 3.037 yang berada dalam interval 2.611,2 – 3.225,5 dengan kategori Baik, artinya bahwa konsumen menilai kualitas, manfaat, dan citra produk secara positif sehingga menimbulkan rasa percaya dan ketertarikan untuk membeli.

Adapun skor indikator yang tertinggi adalah indikator pengenalan merek dengan skor rata-rata sebesar 387,5, sementara skor rata-rata terendah berada pada indikator harga dengan skor rata – rata sebesar 371,0. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen pada Cafe I'm You Ciamis ini sudah tinggi, Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan telah mampu menarik perhatian konsumen, membangun citra yang positif, serta meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang berkontribusi nyata terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan Sutanto (2021:213) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa “persepsi positif terhadap merek lokal dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen, terutama di industri kuliner”

Berdasarkan hasil penelitian dengan pendekatan kuantitatif, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,741 yang termasuk dalam kategori kuat, artinya hubungan ini bersifat positif, maka semakin baik persepsi konsumen akan semakin tinggi keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis. Besar pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian diperoleh sebesar 54,9%, artinya keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis dipengaruhi oleh persepsi konsumen sebesar 54,9%, sedangkan 45,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya, hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (10,699) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), yang berarti bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Dengan demikian, persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang

artinya semakin baik persepsi konsumen, keputusan pembelian akan semakin meningkat pula.

Hal ini diperkuat oleh pendapat Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa “Persepsi yang positif akan menciptakan nilai di mata konsumen yang secara langsung mendorong mereka untuk mengambil tindakan berupa keputusan pembelian”. Pendapat tersebut sejalan dengan penelitian Siti Kumala Dewi (2017) yang menunjukkan bahwa variabel persepsi konsumen memiliki kontribusi yang signifikan dan arah yang positif dalam keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe I'm You Ciamis. Dengan tingkat hubungan antar variabel yang tergolong kuat, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

4.2.3 Pengaruh Motivasi Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe I'm You Ciamis

Berdasarkan hasil penelitian deskriptif diketahui bahwa tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis memiliki total skor sebesar 3.924 yang berada dalam interval 3.264 – 4.031,9 dengan kategori tinggi, artinya bahwa konsumen telah melalui proses pertimbangan yang matang dan menunjukkan niat serta tindakan pembelian yang kuat terhadap produk. Adapun skor indikator yang tertinggi adalah indikator waktu pembelian dengan skor rata-rata sebesar 400,0, sementara skor rata-rata terendah berada pada indikator pilihan produk dengan skor rata – rata sebesar 383,5. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian pada Cafe I'm You

Ciamis sudah tinggi. Hal ini menandakan bahwa kepercayaan konsumen serta efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan telah berhasil mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara nyata. Hasil penelitian ini sejalan dengan Putri & Ananda (2020:142) menemukan bahwa “kepercayaan konsumen dan efektivitas promosi memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian berulang, terutama pada bisnis berbasis pengalaman seperti kafe”

Berdasarkan hasil penelitian dengan pendekatan kuantitatif, diperoleh persamaan regresi antara motivasi konsumen dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian yaitu $Y = 6,634 + 0,538X_1 + 0,424X_2$, artinya bahwa apabila motivasi konsumen bertambah 1 dan persepsi konsumen tetap atau konstan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,538, apabila persepsi konsumen bertambah 1 dan motivasi konsumen tetap atau konstan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,424, dan apabila nilai motivasi konsumen dan persepsi konsumen sama dengan 0 maka nilai keputusan pembelian sebesar konstanta yaitu 6,634. Diperoleh juga nilai korelasi berganda sebesar 0,797 yang termasuk dalam kategori kuat, artinya hubungan ini bersifat positif, maka semakin tinggi motivasi konsumen dan semakin baik persepsi konsumen akan semakin tinggi keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis. Besar pengaruh motivasi konsumen dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian diperoleh sebesar 63,6%, artinya keputusan pembelian pada Cafe I'm You Ciamis dipengaruhi oleh motivasi konsumen dan persepsi konsumen sebesar 63,6%, sedangkan 36,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian

ini. Selanjutnya, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (10,699) lebih besar dari F_{tabel} (1,986), yang berarti bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Dengan demikian, motivasi konsumen dan persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya semakin tinggi motivasi konsumen dan semakin baik persepsi konsumen, keputusan pembelian akan semakin meningkat pula.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2018) yang menjelaskan bahwa:

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, di mana motivasi sebagai penggerak kebutuhan dan persepsi sebagai proses pemilihan informasi bekerja secara beriringan dalam mempengaruhi tindakan akhir konsumen. Kombinasi yang kuat antara dorongan kebutuhan (motivasi) dan pandangan positif terhadap produk (persepsi) akan menciptakan keyakinan penuh bagi konsumen untuk melakukan pembelian.

Selain itu, hasil ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Shiratina dan Afiatun (2017) yang menunjukkan bahwa motivasi dan persepsi konsumen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa sinergi antara faktor internal individu dan cara mereka memandang suatu produk menjadi penentu utama dalam keberhasilan proses pengambilan keputusan.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa motivasi konsumen dan persepsi konsumen pada Cafe I'm You Ciamis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh hubungan antar variabel yang tergolong tinggi, yang menunjukkan bahwa sinergi kedua variabel tersebut memiliki peran sentral dalam meningkatkan

keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima.