

**Pengaruh Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Coklat Klasik Joyogrand Malang  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)**

Oleh :

Widyan Violita\*)

Rois Arifin\*\*)

Siti Asiyah\*\*\*)

Email : [Widyanvio671@gmail.com](mailto:Widyanvio671@gmail.com)

Universitas Islam Malang

***Abstract***

*The development of retail business in Indonesia which is rapidly developing makes competition increasing, every business person will compete to make his product a product that is in great demand by consumers. The rise of culinary business and the mushrooming of cafes in Malang and the huge potential that exists has made businesses create creativity to make their businesses appear different in terms of the quality of the food provided, the atmosphere of the cafe served and the reasonableness of the prices offered.*

*This study aims to determine the effect of food quality, atmosphere and fairness of prices on customer satisfaction at Joyogrand Coklat Klasik Cafe Malang. The population in this study were Malang Islamic University Students who had visited the Coklat Klasik Cafe Joyogrand Malang with a total sample of 85 respondents. Testing the hypothesis in this study using multiple linear regression analysis. The results showed that the variables of food quality, atmosphere and fairness of prices simultaneously affected customer satisfaction. food quality and price reasonableness variables have a positive and significant effect on customer satisfaction, while price reasonableness variables have no positive and significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords: Food Quality, Atmosphere, Price Fairness, Customer Satisfaction.***

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Perkembangan bisnis ritel Indonesia berkembang pesat dan persaingan semakin ketat Sugianto dan Sugiyono, (2013). Setiap pelaku bisnis akan berlomba-lomba untuk menjadikan produknya sebagai produk yang banyak diminati dan bisa menarik perhatian konsumen.

Di kota Malang sendiri yang di juluki dengan Kota pendidikan menjadikan banyaknya mahasiswa pendatang baru dari luar kota yang secara tidak langsung menjadi peluang bagi para pebisnis untuk membuka sebuah usaha kuliner seperti

*cafe* atau restoran. Dikarenakan jumlah pangsa pasar yang besar yang menjadikan kebutuhan masyarakat Kota Malang akan makanan dan minuman sudah menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi.

Dengan banyaknya pesaing yang muncul dalam bidang ini, setiap pebisnis harus bisa berlomba menjadikan bisnis *cafenya* terdepan dan menetapkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama agar usahanya dapat bertahan lama seiring dengan berjalannya.

Prinsip diatas sejalan dengan pemikiran Kotler dan Keller (2009 : p.164) Kepuasan Pelanggan adalah Perasaan pelanggan yang kecewa atau senang yang dapat menghasilkan dari perbandingan antara kinerja dengan harapan pelanggan. Ketika kinerja tidak bisa memuaskan harapan, pelanggan tidak akan puas. Dan jika kinerja dapat memuaskan harapan, yang terjadi adalah kebalikannya dan pelanggan akan sangat senang.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chotimah, (2018) menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti untuk mencapai kepuasan konsumen di dalam bisnis restoran atau *cafe* ada banyak cara yang bisa digunakan salah satunya yaitu pentingnya kualitas makanan yaitu yang memiliki peran sangat penting bagi konsumen karena disini mengukur tingkat kualitas makanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan pelanggan menilai rasa makanan di *cafe* atau restoran yang dipilih. Kualitas makanan juga menjadi salah faktor penting bagi konsumen dalam membeli suatu makanan di restoran atau *cafe*.

Inovasi dan kreatif merupakan salah satu cara menciptakan kenyamanan letak ruangan dan hiasan ruangan yang unik serta bangunan yang beda untuk pengunjung *cafe*, yang bertujuan untuk membuat konsumen ingin berlama-lama di dalam *cafe* tersebut. Dengan dukungan survei yang dilakukan oleh Wahyudi (2018), hasil survei menunjukkan bahwa ada dampak positif yang signifikan antara atmosfer pada kepuasan pelanggan

Selain suasana, kewajaran harga (*price fairness*) juga salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kewajaran harga Berdasarkan perbandingan transaksi yang melibatkan berbagai pihak dengan harga berbeda. Ketika perbedaan harga yang dirasakan terjadi, tingkat kesamaan antara transaksi merupakan faktor penting dalam menilai keadilan harga.

### **Rumusan Masalah**

- a. Apakah Kualitas makanan, suasana, kewajaran harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* coklat klasik Malang pada mahasiswa Unisma?
- b. Apakah Kualitas makanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* coklat klasik Malang pada mahasiswa Unisma?
- c. Apakah Suasana berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* coklat klasik Malang pada mahasiswa Unisma?
- d. Apakah Kewajaran harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* coklat klasik Malang pada mahasiswa Unisma?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas makanan, suasana dan kewajaran harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* Coklat Klasik Malang pada Mahasiswa Universitas Islam Malang
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas makanan, secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* Coklat Klasik Malang pada Mahasiswa Universitas Islam Malang
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh suasana, secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* Coklat Klasik Malang pada Mahasiswa Universitas Islam Malang
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kewajaran harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* Coklat Klasik Malang pada Universitas Islam Malang

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Makanan**

Kualitas produk makanan sangatlah penting bagi setiap pendiri usaha kuliner baik di bidang *cafe* maupun restoran Menurut Potter dan Hotchkiss (1995: 90), kualitas makanan merupakan Karakteristik kualitas konsumen dapat menerima jika *size*, potongan, lapisan, ketepatan, komposisi, rasa, dll. Adalah faktor internal kualitas makanan.

### **Suasana**

Suasana (*atmosphere*) didefinisikan Sebagai ruang desain yang menciptakan efek emosional spesifik bagi pembeli untuk meningkatkan probabilitas pembelian Hilaliyah et.al (2017:174). Setiap *cafe* atau restoran pasti memiliki penampilan yang berbeda seperti bersih, kotor, menarik, megah, sederhana dan pesimis.

### **Kewajaran Harga**

Harga adalah bauran pemasaran yang menguntungkan. Faktor lain adalah biaya. Harga menurut Kurtz dan Boone (2008) adalah produk jasa maupun barang yang dapat ditukarkan di pasar itu disebut dengan harga

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi seseorang ketika membandingkan kinerja atau hasil persepsi dengan harapan. Di sini, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan kecewa, dan bahkan jika kinerja di luar harapan, pelanggan puas dan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lalu, komentar dari orang lain, janji dan informasi dari pemasar dan pesaing. Lauw dan Kunto (2013).

### **Hubungan Antar Variabel**

#### **Hubungan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Qin and Prybutok (2008) Mengembangkan hipotesis bahwa kualitas makanan secara langsung dan positif mempengaruhi kepuasan pelanggan,

termasuk kualitas makanan sebagai komponen terpisah dari dimensi kualitas layanan.

Kualitas makanan merupakan hal sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, ketika konsumen merasakan kualitas makanan yang didapatkan itu baik atau enak maka konsumen tersebut akan merasa puas. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugianto dan Sugiharto, (2013:9) dimana kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### **Hubungan Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan**

Suasana merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dimana jika suasana suatu *cafe* akan mempengaruhi Tergantung pada suasana makan yang nyaman dan harapan konsumen untuk menikmati makanan, itu membawa kepuasan yang membuat konsumen merasa betah di kafe untuk waktu yang lama konsumen sendiri Petzer dan Mackey (2014:4). Suasana merupakan komponen yang sangat penting, maka *cafe* harus membentuk suasana yang terencana. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Salsabilah dan Sunarti (2018) bahwa suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

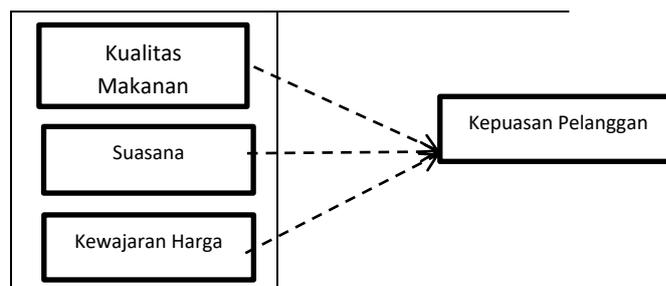
### **Hubungan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345), harga adalah Jumlah yang dibebankan untuk produk atau layanan, atau jumlah nilai yang dipertukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Ketika konsumen melakukan pertukaran, ada persepsi kepuasan yang dicapai oleh pelanggan.

Pelanggan akan melakukan pembelian berulang ketika mereka merasakan bahwa harga dan produk yang ditawarkan masuk akal. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chotimah (2018) yang menyatakan bahwa kewajaran harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Kerangka Konseptual**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual





### **Hipotesis Penelitian**

H1: Diduga bahwa Kualitas Makanan, Suasana, dan Kewajaran Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

H2: Diduga bahwa Kualitas Makanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

H3: Diduga bahwa Suasana berpengaruh secara parsial terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan.

H4: Diduga bahwa Kewajaran Harga berpengaruh secara parsial terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis, Lokasi dan Waktu penelitian**

##### **Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian *eksplanatori* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain Sugiyono, (2016:53). Di dalam peneliti ini peneliti mencoba menjelaskan hubungan pengaruh antara kualitas makanan, suasana, dan kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan.

##### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Pelanggan *Cafe Coklat Klasik* di Universitas Islam Malang.

##### **Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan maret 2020 sampai Juli 2020

##### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Malang yang pernah berkunjung ke *cafe Coklat Klasik*. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Ferdinand, (2006:58)

$$\begin{aligned}n &= (5 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}) \\ &= 5 \times 17 \text{ indikator}\end{aligned}$$

= 85 sampel

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah 85 responden. Dengan cara menyebarkan google form melalui link kepada mahasiswa Universitas Islam Malang yang pernah berkunjung ke *Cafe Coklat Klasik*. Untuk mendapatkan data responden peneliti menggunakan metode penyebaran kuisioner melalui google form yang nantinya disebar melalui grup-grup fakultas maupun grup kkn dan juga meminta tolong kepada teman-teman untuk menyebarkan link kuisioner tersebut. Dengan menuliskan kriteria mahasiswa yang pernah berkunjung ke *Cafe Coklat Klasik* lebih dari satu kali.

### **3.3.2 Definisi Operasional Variabel**

Pengertian dari operasional variabel yaitu aspek-aspek dalam sebuah penelitian yang dapat memberikan sebuah informasi untuk mengukur sebuah variabel.

#### **Kualitas Makanan**

Kualitas Makanan merupakan kemampuan *Cafe* memberikan kualitas makanan yang terbaik untuk pelanggan pada saat pelanggan tersebut akan melakukan sebuah pembelian.

1. Presentasi Makanan, yaitu kemampuan *Cafe Coklat klasik* menyajikan makanannya dengan sangat menarik.
2. Rasa, yaitu kemampuan *Cafe Coklat klasik* menyajikan makanannya dengan rasa yang enak.
3. Keragaman Pilihan, yaitu kemampuan *Cafe Coklat klasik* menyajikan banyak varian menu makanan.
4. Kesehatan, yaitu kemampuan *Cafe Coklat klasik* memperhatikan kesehatan makanan saat disajikan.
5. Kesegaran, yaitu kemampuan *Cafe Coklat klasik* menggunakan bahan makanan yang masih segar.
6. Suhu, yaitu kemampuan *Cafe Coklat klasik* menyajikan makanannya dengan suhu yang berbeda-beda sesuai dengan makanannya.

#### **Suasana**

Suasana (*atmosphere*) merupakan faktor penting bagi restoran atau *cafe* untuk dapat membuat pelanggan merasa tertarik berkunjung ke *cafe* tersebut. nyaman pada saat membeli makanan atau minuman.

1. Bagian Luar yaitu, *Cafe Coklat Klasik* menyajikan nuansa bagian luar yang indah.
2. Bagian Dalam yaitu, *Cafe Coklat Klasik* mendesaian bagian dalam dengan model klasik.
3. Tata Letak yaitu, Tata letak perabotan di *Cafe Coklat Klasik* sangat rapi.
4. Dekorasi Pemikat Dalam Toko yaitu, *Cafe Coklat Klasik* menyediakan spot foto yang menarik.

#### **Kewajaran Harga**

Kewajaran Harga adalah suatu nilai yang wajar yang ditawarkan oleh *cafe* kepada pelanggan. Nilai yang ditawarkan masuk akal dan sesuai dengan kebutuhan yang di dapat.

1. Keterjangkauan harga yaitu Harga yang ditawarkan di Makanan di *Cafe Coklat Klasik* harganya terjangkau.
2. Kesesuaian harga dengan layanan yaitu Harga yang ditawarkan di *Cafe Coklat Klasik* sesuai dengan layanan yang diberikan.
3. Kesesuaian harga dengan fasilitas yang ditawarkan yaitu Harga yang ditawarkan di *Cafe Coklat Klasik* sesuai dengan fasilitas yang di berikan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang saat membandingkan hasil yang didapat dengan harapannya.

1. Perasaan puas yaitu, saya merasa puas ketika berkunjung ke *Cafe Coklat Klasik*.
2. Selalu membeli produk, saya akan melakukan pembelian berulang di *Cafe Coklat Klasik* ketika ingin membeli minuman.
3. Pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain yaitu, saya akan merekomendasikan *Cafe Coklat Klasik* kepada orang lain.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk yaitu, saya merasa puas ketika membeli makanan di *Cafe Coklat Klasik*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Deskripsi Data Responden**

#### **a. Jenis kelamin**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini :

**Tabel 4.1**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase %
1.	Laki- laki	46	54,1%
2.	Perempuan	39	45,9%
<b>Total</b>		<b>85</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data diolah dari Data Primer (2020)*

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang menghasilkan pelanggan yang pernah berkunjung ke *Cafe Coklat Klasik* mayoritas berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 46 responden (54,1%). Hal ini dikarenakan nongkrong adalah sebuah kebutuhan bagi seorang laki-laki yang harus di penuhi setiap harinya.

#### **b. Usia**

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini :

**Tabel 4.2**

No	Usia	Frekuensi	Presentase %
1.	≥ 18th- 22th	36	42,4%
2.	≥ 22th- 26th	47	55,3%
3.	≥ 26th- 30th	2	2,4%
4.	≥30th	0	0
<b>Total</b>		<b>85</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah dari Data Primer (2020)

Tabel di atas menjelaskan karakteristik responden berdasarkan usia yang diketahui bahwa pelanggan yang pernah berkunjung ke *Cafe Coklat Klasik* mayoritas berumur >22th- 26th dengan jumlah 47 responden (55,3%). Hal ini dikarenakan pada usia >22th- 26th mereka ada di masa usia produktif mereka membutuhkan rehat sejenak dan bertukar pikiran dengan teman seumurannya.

### c. Fakultas

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut ini :

**Tabel 4.3**

No	Fakultas	Frekuensi	Presentase %
1.	FAI	9	10,6%
2.	FEB	41	48,2%
3.	FKIP	14	16,5%
4.	Ilmu Administrasi	9	10,6%
5.	Peternakan	2	2,4%
6.	Teknik	10	11,8%
<b>Total</b>		<b>85</b>	<b>100%</b>

Dari tabel 4.3 menjelaskan karakteristik responden berdasarkan Fakultas yang diketahui bahwa pelanggan yang pernah berkunjung ke *Cafe Coklat Klasik* mayoritas Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan jumlah 41 responden (48,2%). Hal ini dikarenakan mahasiswa Universitas Islam Malang paling banyak adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis maka dari itu banyak mahasiswa FEB yang sering berkunjung ke *Cafe Coklat Klasik* untuk menikmati akhir pekannya maupun untuk mengerjakan tugas.

### Uji Instrumen

#### Validitas

Hasil penelitian yang dapat dipercaya harus berdasarkan pada informasi yang dapat dipercaya. Validitas adalah sebagai derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan.

Berdasarkan dari hasil variabel Kualitas Makanan (X1), Suasana (X2) Kewajaran Harga (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y), dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini dinyatakan valid dikarenakan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel atau  $sig < 0.05$

### Reliabilitas

Hasil penelitian dikatakan reliabel jika terdapat suatu alat ukur yang diandalkan digunakan berulang kali pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya lebih besar atau sama dengan 0.600. Berdasarkan dari hasil variabel Kualitas Makanan (X1), Suasana (X2) Kewajaran Harga (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y), dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien *Alpa Cronbach's*  $>$  0,6

### Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Hasil pengujian data normal apabila memiliki nilai signifikansi  $>$  0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

**Tabel 1 Hasil Analisis Normalitas**

#### Pedeteksian Normalitas

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,26017244
Most Extreme Differences	Absolute	,143
	Positive	,062
	Negative	-,143
Kolmogorov-Smirnov Z		1,320
Asymp. Sig. (2-tailed)		,061

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2020

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* diketahui bahwa nilai *sig* yang diperoleh = 0,061. Nilai *sig* tersebut  $>$  0,05 memiliki arti bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Influence Factor* (VIF). Jika nilai VIF  $<$  10, maka tidak terjadi masalah multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai VIF  $>$  10, maka terjadi masalah multikolinieritas.

#### Tabel Hasil Pengujian Multikolinieritas

No	Variabel	VIF	Keputusan
1	Kualitas Makanan (X1)	1,661	Bebas multikolinearitas
2	Suasana (X2)	1,661	Bebas multikolinearitas
3	Kewajaran Harga (X3)	1,001	Bebas multikolinearitas

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2020

Hasil pengujian tersebut memberikan kesimpulan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung gejala (masalah) multikolinearitas, karena nilai *varian Inflation Factor* (VIF) adalah dibawah batas kriteria tentang adanya masalah multikolinearitas, yaitu 10. Dengan demikian, data tersebut dapat memberikan informasi yang berbeda untuk setiap variabel independennya.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas yaitu ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Gejala heteroskedastisitas diuji menggunakan uji *Glejser*

**Tabel Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

No	Variabel	Sig	Keputusan
1	Kualitas Makanan (X1)	0,298	Bebas heteroskedastisitas
2	Suasana(X2)	0,414	Bebas heteroskedastisitas
3	Kewajaran Harga(X3)	0,105	Bebas heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2020

Dari hasil uji *Glejser* diperoleh nilai sig pada variabel Kualitas Makanan (X1) sebesar 0,298, Suasana (X2) sebesar 0,414, dan Kewajaran Harga (X3) sebesar 0,105. Semua variabel memiliki nilai sig > 0,05 yang menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,848	2,186		-,388	,699
1 TX1	,402	,085	,451	4,706	,000
TX2	,391	,101	,370	3,863	,000
TX3	,048	,090	,040	,533	,596

a. Dependent Variable: TY1

Sumber: *Data Primer Diolah Tahun 2020*

**a** = Nilai Konstanta sebesar -0,0848, artinya jika seluruh variabel bebas bernilai nol, maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan bernilai -0,0848

**b<sub>1</sub>** = Koefisien regresi Kualitas Makanan (X1) sebesar 0,402, artinya jika variabel Kualitas Makanan (X1) meningkat, maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di *Cafe Coklat Klasik* juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,402.

**b<sub>2</sub>** = Koefisien regresi Suasana (X2) sebesar 0,391, artinya jika variabel Suasana (X2) meningkat, maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di *Cafe Coklat Klasik* juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,391.

**b<sub>3</sub>** = Koefisien regresi Kewajaran Harga (X3) sebesar 0,048, artinya jika variabel Kewajaran Harga (X3) meningkat, maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di *Cafe Coklat Klasik* juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,048.

### Uji Hepotesis

#### Pengujian Hipotesis Simultan Uji F

Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel yang digunakan dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) atau untuk mengukur ketepatan model regresi.

#### Tabel Uji Hipotesis Simultan Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164,205	3	54,735	33,236	,000 <sup>b</sup>
	Residual	133,395	81	1,647		
	Total	297,600	84			

a. Dependent Variable: TY1

b. Predictors: (Constant), TX3, TX2, TX1

Sumber : *Data Primer Diolah, Tahun 2020*

Berdasarkan tabel 4.14 dari hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 33,236 serta nilai sig = 0,000. Nilai sig < 0,05 menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga disimpulkan bahwa Kualitas Makanan(X1), Suasana (X2), dan Kewajaran Harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap

Kepuasan Pelanggan (Y).

### Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas pembentuk model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel bebas pembentuk model regresi disimpulkan berpengaruh signifikan jika nilai signifikansi (*p-value*) < 0,05

**Tabel Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,848	2,186		-,388	,699
1 TX1	,402	,085	,451	4,706	,000
TX2	,391	,101	,370	3,863	,000
TX3	,048	,090	,040	,533	,596

a. Dependent Variable: TY1

Sumber : *Data Primer Diolah, Tahun 2020*

1) Variabel Kualitas Makanan (X1)

Kualitas Makanan (X1) sebesar 4,706 serta nilai sig = 0,000. Pengujian ini menunjukkan bahwa Ho ditolak (sig < 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Makanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2) Variabel Suasana (X2)

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai t hitung pada variabel Suasana (X2) sebesar 3,863 serta nilai sig= 0,000. Pengujian ini menunjukkan bahwa Ho ditolak (sig< 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa Suasana (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3) Variabel Kewajaran Harga

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai t hitung pada variabel Kewajaran Harga (X3) sebesar 0,533 serta nilai sig= 0,596. Pengujian ini menunjukkan bahwa Ho diterima (sig > 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa Kewajaran Harga (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

### Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase pengaruh yang diberikan variabel Kualitas Makanan (X1), Suasana (X2), dan Kewajaran Harga (X3) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 4.16

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743 <sup>a</sup>	,552	,535	1,283

a. Predictors: (Constant), TX3, TX2, TX1

b. Dependent Variable: TY1

Sumber : *Data Primer Diolah, Tahun 2020*

Dari tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0.535. Dengan demikian, maka diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 53% yang menunjukkan arti bahwa Kualitas Makanan (X1), Suasana (X2), dan Kewajaran Harga (X3) memberikan pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar 53% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati.

## SIMPULAN DAN SARAN

1

2

3

4

5

### Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*.
- b. Kualitas Makanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*. Dengan kata lain *Cafe Coklat Klasik* cukup memuaskan dari segi cita rasa, penyajian yang rapi, dan dapat menyediakan banyak varian menu makanan.
- c. Suasana berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*. Dengan kata lain pelanggan khususnya mahasiswa unisma merasa puas akan suasana yang ada di *Cafe Coklat Klasik* dan dapat menikmati suasana view yang ada.
- d. Kewajaran Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*. Hal ini dikarenakan menurut mahasiswa unisma harga yang ditawarkan di *Cafe Coklat Klasik* masih mahal karena tidak sesuai dengan fasilitas maupun pelayanan yang diberikan.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan, penelitian ini dapat memberikan beberapa implikasi dan saran sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan
  - 1) Berdasarkan penelitian yang dilakukan variabel kualitas makanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga faktor kualitas makanan merupakan salah satu faktor penting dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan, dengan demikian diharapkan untuk perusahaan agar bisa mempertahankan dan dapat meningkatkan kualitas makanan yang akan disajikan ke pelanggan, serta menjamin bahwa ketika pelanggan menikmati makanan yang ada di *Cafe Coklat Klasik* mereka merasa puas.

- 2) Berdasarkan penelitian yang dilakukan variabel Suasana memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga faktor suasana merupakan salah satu faktor yang penting dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan, dengan demikian diharapkan bagi perusahaan untuk terus mempertahankan dan bisa membuat desain – desain yang menarik maupun nuansa yang indah yang ada di *Cafe Coklat Klasik*.
  - 3) Berdasarkan penelitian yang dilakukan variabel Kewajaran Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*. Yang berarti bahwa tingkat kewajaran harga di *Cafe Coklat Klasik* tidak mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Sehingga untuk perusahaan diharapkan bisa meningkatkan faktor kewajaran harga agar sesuai dengan fasilitas, pelayanan yang ada di *Cafe Coklat Klasik* agar pelanggan khususnya mahasiswa unisma bisa merasa puas dan dapat juga lain yang dapat menggunakan faktor lain yang dapat berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan misalnya dengan meningkatkan kualitas makanan yang disajikan, suasana yang dihadirkan.
- b. Bagi Penelitian Selanjutnya
- a) Agar bisa menambah jumlah populasi serta sampel.
  - b) Dapat menambahkan variabel penelitian yang akan diteliti.
  - c) Dapat memperbarui pernyataan-pernyataan dan indikator pada penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. 2008. *Pengantar Bisnis Kontemporer*, buku 1. Jakarta: Salemba Empat. Macmillian Publishing Company.
- Chotimah, 2018, *Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Wedangan Ijo Makam Haji*.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Universitas Diponegoro.
- Hilaliyah, S. A., Djawahir, A. H., & Susilowati, C. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang di Moderasi oleh Suasana Terhadap*

Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Pelanggan Kafe Ria Djenaka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 172–187.

Jin, N., Lee, S., & Huffman, L. (2012). Impact of Restaurant Experience on Brand Image and Customer Loyalty: Moderating Role of Dining Motivation. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29(6), 532–551.

Kotler, Philip dan Gary Astrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran* Buku 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Buku 1.  
Lauw, Kunto, 2013, *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya*

Petzer, Daniel and Mackey, Nedie. 2014. *Dining Atmospherics and Food and Service Quality as Predictors of Customer Satisfaction at Sit-Down Restaurants*. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol.3(2).

Potter, Norman and Joseph, H. Hotchkiss. 1995. *Food Science*. New York: Champman and Hall.

Sugianto, Sugiharto, 2013, *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya*.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. *Journal of Chemical Information and Modeling*.

Qin, Hong and Prybutok, Victor R. 2008. *Determinants of Customer Perceived Service Quality in Fast Food Restaurant and Their Relationship to Customer Satisfaction and Behavioral Intention*. *The Quality Management Journal*. Vol.15. 2

Wahyudi, 2018. *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepuk*.

**Widyan Violita\*)** Alumnus FEB UNISMA  
**Rois Arifin\*\*)** Dosen Tetap FEB UNISMA  
**Siti Asiyah\*\*\*)** Dosen Tetap FEB UNISMA