



e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)

**Pengaruh Kualitas Makanan, Suasana Dan Kewajaran Harga
Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi pada Cafe Photokopi di Kota Malang)**

Oleh :

**Mega Lestari*)
Abd. Kodir Djaelani **)
Restu Millanintyas ***)**

Email : lestarime25@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study was to influence food quality, atmosphere, and price fairness on customer satisfaction partially or simultaneously. This research method uses quantitative methods and this type of research is explanatory research. The sample of this research was 88 customers at Photocopi Cafe Malang using the Slovin formula with a level of 10%.

To obtain accurate and detailed data, this study uses a data collection method with a questionnaire with a Likert scale by distributing it to customers of Cafe Photocopi Malang. Data analysis used was instrument test, normality test, multiple linear regression analysis, classical assumptions, and hypothesis testing using SPSS 20 for Windows. The results of this study indicate that food quality, atmosphere, and price reasonableness simultaneously affect customers at Cafe Photocopi Malang. While partially the quality of food affects customer satisfaction, atmosphere affects customer satisfaction and price fairness affects customer satisfaction at Cafe Photocopi Malang.

Keywords: Food Quality, Atmosphere, Fairness of Prices and Customer Satisfaction.

Pendahuluan

Latar Belakang

Pandemi yang terjadi pada tahun 2020 merupakan suatu kejadian yang tidak terduga dan berdampak pada beberapa sektor di seluruh dunia. Pada awal tahun 2020, *COVID-19* menjadi permasalahan global dalam bidang kesehatan di beberapa negara di luar RRC. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak adanya *COVID-19* dan dianjurkan untuk *stay at home* bagi semua masyarakat. Di beberapa daerah di Indonesia sudah melakukan aktivitas normal salah satunya di kota Malang sudah kembali stabil mengikuti masa normal. Penyebaran *COVID-19* telah mengakibatkan langkah-langkah yang belum pernah terjadi sebelumnya, seperti membatasi perjalanan dan aktivitas sosial di banyak negara. *Physical distancing* sangat penting untuk mencegah penyebaran *COVID-19* meskipun sudah masa *normal*.

Kondisi ekonomi yang terjadi di Malang saat pandemi *COVID-19* berdampak pada sektor perdagangan, industri, konstruksi, transportasi di kota Malang. Berbeda lagi pada kabupaten Malang dan Kota Batu yang masih mempunyai kekuatan pada sektor pertanian, karena produknya yang masih banyak dibutuhkan masyarakat. Hal ini membuat daya beli masyarakat berkurang dan para pengusaha mengalami kerugian. Akan tetapi ada beberapa pengusaha yang menjual lewat *online*, guna untuk menanggulangi terjadinya kerugian. Penurunan ekonomi sangat dirasakan saat pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), karena ada beberapa pasal yang wajib ditaati seperti pasal 13 yang berisikan (tempat hiburan, tempat rekreasi, bioskop dan masih banyak lainnya) wajib ditutup. Pasal 14 yang berisikan (restoran, warung makan, warung kopi, pedagang kaki lima) masih boleh melayani tetapi secara *take away* atau pesan antar dan tetap memperhatikan *physical distancing* dengan jaga jarak minimal satu meter. Walikota Malang memaparkan bahwa penanganan *COVID-19* harus simultan, harusimbang antara aspek ekonomi dan aspek medis. Apabila PSBB ini berhasil, maka angka penyebaran *COVID-19* semakin berkurang sehingga tidak ada lagi penutupan akses dan pelaku usaha bisa melanjutkan usahanya seperti biasa. Admin (2020).

Strategi *marketing* pun bergeser dari rasional menjadi strategi emosional, adanya teknologi yang semakin mutakhir, sistem-sistem kerja organisasi semakin selektif dan berbagai macam keunggulan lain yang mendukung kinerja usaha menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat dan memanjakan pelanggan. Menurut pemilik Cafe Photokopi, strategi pelayanan yang dilakukan sebelum dan sesudah *COVID* untuk memuaskan pelanggan khususnya di bidang kuliner tidak ada perubahan akan tetapi lebih menekankan kepada karyawan untuk selalu menjaga kebersihan Cafe dan memberikan arahan kepada pelanggan untuk menjaga jarak.

Kepuasan pelanggan adalah faktor penting yang mempengaruhi keberlanjutan suatu bisnis, termasuk didalamnya bisnis restoran. Petzer and Mackay (2014) menyatakan bahwa faktor penting pembentuk kepuasan pelanggan restoran adalah *Food Quality* (kualitas makanan), *Dining Atmosphere* (suasana restoran), dan Kesesuaian Harga. Penilaian kualitas makanan erat kaitannya dengan gaya hidup.

Prinsip diatas sejalan dengan pemikiran Kotler dan Keller (2009) 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”.

Banyak konsumen menginginkan suasana yang nyaman. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang lebih memilih membeli makanan atau minuman dengan suasana yang nyaman dari pada membeli di restoran atau cafe yang hanya sekedar menjual makanan saja tanpa menambahkan suasana yang nyaman”.

Kualitas makanan yang disajikan di restoran ataupun cafe merupakan makanan yang berkualitas dari cita rasa yang sesuai atau melebihi harapan

konsumen dengan cara pemrosesan yang higienis dan makanan tersebut memenuhi nutrisi yang dibutuhkan tubuh, dan berlabel halal. Makanan yang berkualitas juga ditentukan oleh berbagai faktor antara lain : kualitas makanan, ketepatan pemrosesan maupun ketepatan penyajian. Cita rasa makanan yang khas juga ditentukan oleh resep dan komposisi yang digunakan. Kemampuan restoran menyajikan makanan yang berkualitas ikut menentukan tingkat kepuasan konsumen.

Kewajaran harga (*price fairness*) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kewajaran harga didasarkan pada perbandingan transaksi yang melibatkan berbagai pihak ketika terjadi perbedaan harga. Ketika dirasakan terjadi perbedaan harga, maka tingkat kesamaan antara transaksi merupakan unsur penting dari penilaian kewajaran harga. Dampak dari persepsi konsumen mengenai kewajaran harga antara konsumen satu dengan lainnya tidak akan sama, harga yang ditawarkan di restoran atau cafe harus sesuai dengan kualitas makanan yang ada di tempat (Jin *et. al*, 2012).

Cafe photokopi menentukan sebuah harga melandasi atas dasar dari segi harga pokok bahan baku dan pengeluarannya jadi semua di hitung dari pengeluarannya dan fasilitas yang ada di cafe tersebut baru dapat ditentukan sesuai harga makanan dan minuman, dari segi harga cafe photokopi sendiri telah memperhitungkan hal tersebut dengan sangat seksama dimana harga yang di tetapkan sesuai dengan bahan dari minuman dan makanan berkualitas baik serta fasilitas dan kenyamanan yang di terima oleh pelanggan. Oleh karena itu bisa di katakan pelanggan tidak keberatan dengan harga yang di tetapkan oleh cafe photokopi hal ini bisa di lihat dari pelanggan yang kembali lagi untuk membeli di cafe photokopi, oleh karena itu bisa di simpulkan bahwa harga yang telah ditetapkan tidaklah menjadi masalah bagi pelanggan untuk kembali membeli di cafe photokopi karena harga tersebut sesuai dengan kualitas, fasilitas, dan kenyamanan serta tidak lupa hiburan yang di sediakan oleh cafe photokopi.

Suatu bisnis akan mencapai tingkat keberhasilan apabila restoran atau cafe tersebut mampu mempertahankan kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari sejauh mana kinerja suatu produk yang dirasakan cocok dengan harapan pembeli, sehingga dapat menimbulkan perasaan senang atau kecewa pada seorang pembeli (Saputra, Hariyani, dan Rafani, 2016).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Makanan, Suasana, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Photokopi Malang”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Photokopi Malang?

2. Apakah Kualitas Makanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Photokopi Malang?
3. Apakah Suasana berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Photokopi Malang?
4. Apakah Kewajaran Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Photokopi Malang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh simultan Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Photokopi Malang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Photokopi Malang.
3. Untuk menganalisis pengaruh Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Photokopi Malang.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Photokopi Malang.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan dengan adanya penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Bagi pihak yang diteliti

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pengusaha sehingga dapat meningkatkan citra merek usaha Cafe Photokopi atau perusahaan lainnya.

b. Bagi pihak iptek

1. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat menambah informasi serta memperkaya pengetahuan mengenai pengaruh kualitas makanan, suasana dan kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti ini diharapkan dapat menjadikan literatur dalam penambahan wawasan serta perkembangan ilmu manajemen pemasaran.

Tinjauan Pustaka

Hasil Penelitian Terdahulu

Chotimah (2018) pengaruh suasana, kualitas suasana, kualitas makanan dan kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan di wedangan ijo makam haji. Hasil penelitian bahwa suasana tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berarti tidak terbukti kebenarannya bahwa semakin tinggi suasana maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berarti bahwa semakin tinggi kualitas makanan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan, dan kewajaran harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berarti bahwa semakin tinggi kewajaran harga maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Kurniawati (2018) Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah. Hasil penelitian bahwa Label Halal dan Harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Gambar yang terletak di kemasan produk wardah sangat menempel kuat sebab itu konsumen mampu untuk mengidentifikasi sebuah produk itu dengan jelas, gambar label halal yang telah disertifikasikan oleh MUI menjadi tolak ukur untuk konsumen muslim terutama dalam membeli sebuah produk demi menjaga kualitasnya, dan kehalalan sebuah produk wardah telah teruji karena bahan yang digunakannya telah teruji di laboratory.

Setyowati (2019) pengaruh suasana toko (*Store Atmosphere*) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan di Toko Busana Muslim, Perlengkapan OOH dan Umroh PENIMO Wedi). Hasil penelitian bahwa Suasana toko (*Store atmosphere*) secara signifikan tidak meningkatkan kepuasan pelanggan. Sehingga bagi pihak pengelola Toko Busana Muslim, Perlengkapan dan OOH Penimo Wedi agar selalu menciptakan suasana toko (*store atmosphere*) yang nyaman dan menarik dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara menciptakan lahan parkir yang nyaman

Sholihah et al (2020) pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk diartikan bahwa apabila nilai dari variable suasana cafe meningkat maka nilai kepuasan konsumen juga akan meningkat. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk diartikan bahwa apabila nilai dari variable kepuasan konsumen mengalami kenaikan maka akan diikuti juga oleh nilai kepuasan konsumen.

Tinjauan Teori

Kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Yamit, 2002). Jika harapan pelanggan sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakannya, bahkan mungkin apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya misalnya pelayanannya tidak ramah, masakannya tidak enak, sudah dapat dipastikan pelanggan tidak akan merasa puas. Pada dasarnya kepuasan dan tidak kepuasan pelanggan terhadap suatu produk akan mempengaruhi pola perilaku mereka selanjutnya. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama (Lupiyoadi dan Hamdani, 2008).

Kualitas pada makanan merupakan sesuatu yang sangat beragam dan relatif antara orang yang satu dengan yang lainnya. Hal ini juga menjadi salah satu cara untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran atau cafe. Kualitas makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik apabila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan

sebagai dasar strategi pemasaran (Atmoko, 2017). Pelanggan akan puas jika restoran atau cafe tersebut mampu memberikan makanan yang berkualitas.

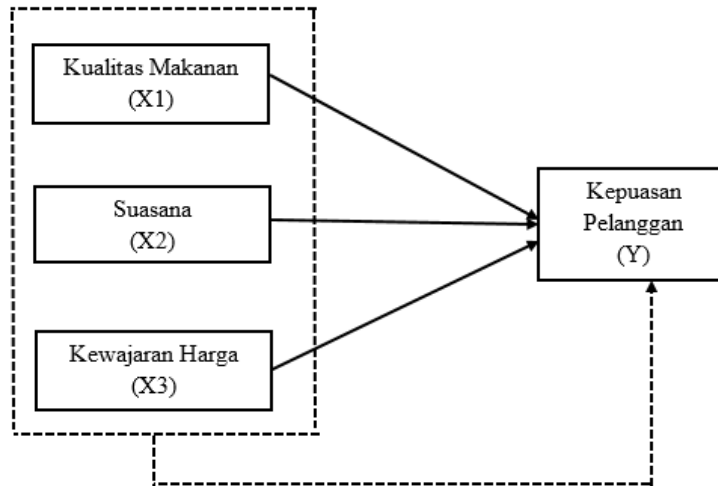
Kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik yang digunakan untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis kuliner (Wijaya dan Petra, 2013). Pelanggan yang datang ke restoran atau cafe tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Kualitas yang baik akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Bagi pihak restoran atau cafe, dengan memiliki kualitas makanan yang baik maka ia akan mendapatkan citra yang baik di mata pelanggan, serta akan mendapatkan keuntungan dalam bisnisnya. Sedangkan bagi pelanggan ia akan mendapatkan kepuasan sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Suasana (*atmosphere*) didefinisikan sebagai rancangan ruang untuk menghasilkan efek emosional tertentu pada pembeli untuk meningkatkan probabilitas pembeliannya (Hilaliyah et. al, 2017). Setiap restoran atau cafe memiliki penampilan yang berbeda-beda baik itu bersih, kotor, menarik, megah maupun suram. Restoran atau cafe juga harus menciptakan suasana yang sesuai dengan pasar sasarannya serta dapat menarik pelanggan untuk membeli di restoran atau cafe tersebut. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis yaitu dengan membuat sesuatu yang berbeda. Suasana bisa menjadi alternatif untuk membedakan antara restoran/cafe yang satu dengan yang lainnya. Hal ini juga menjadi alasan bagi pelanggan untuk memilih dimana ia akan membeli produk yang diinginkan. Membuat pelanggan tertarik merupakan salah satu tujuan utama suatu restoran/cafe dan hal ini akan mendorong hasrat pelanggan untuk membeli (Putri et. al, 2014).

Kewajaran (*fairness*) didefinisikan sebagai suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses supaya mencapai hasil yang masuk akal dan dapat diterima. Sedangkan harga adalah sejumlah uang yang harus dikorbankan oleh pelanggan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Kewajaran harga atau price fairness adalah persepsi pelanggan mengenai transaksi penjualan yang harus dibayarkan (Ariastuti dan Untoro, 2017).

Penilaian tentang kewajaran harga tergantung pada seberapa besar komperatif pihak yang terlibat didalam transaksi tersebut. Pelanggan akan melakukan pembelian berulang ketika mereka merasakan bahwa harga dan produk yang ditawarkan masuk akal. Jika pelanggan merasakan pengorbanan mereka tidak berharga maka mereka tidak akan melakukan pembelian lagi. Ada 3 “harga acuan” pelanggan ketika menilai kewajaran harga yaitu harga di masa lalu, harga yang diterapkan oleh kompetitor dan harga yang dikenakan oleh perusahaan (Elmayensis dan Nazwirman, 2017).

Kerangka Konseptual



Keterangan:

-----> = secara parsial
 —————> = secara simultan

Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu dan tinjauan teori, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H₁ : Kualitas makanan, suasana, dan kewajaran harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
- H₂ : Kualitas makanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
- H₃ : Suasana berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
- H₄ : Kewajaran harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Metode Penelitian

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yaitu data yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indiantoro dan Supomo, 2014 : 12). Berdasarkan teori, studi penelitian ini menggunakan penelitian korelasional. Penelitian korelasi merupakan suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih (Sukardi, 2008).

Penelitian ini dilakukan di Cafe Photokopi Malang beralamat di Jl. Simpang Gajayana, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa timur 65144

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan dari Cafe photokopi yang pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali dan menjadi pelanggan pada Cafe PhotoKopi Yang mengunjungi Cafe Photokopi sebanyak 35 orang perminggu, dari jam 08.00 pagi sampai jam 12.00 Malam pengunjung Cafe photokopi sebanyak 34 orang selama 17 jam. 1 jam terdiri dari 2

orang pengunjung. Populasi ini saya menggunakan 3 bulan. Total dari populasi keseluruhan menghasilkan 735 orang pengunjung di Cafe photokopi selama 3 bulan.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kuaitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Deskripsi Hasil Data Penelitian

1. Kualitas Makanan

Pada variabel ini terdapat 4 indikator yang diukur dengan rincian hasil jawaban responden sebagai berikut:

Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Makanan (X_1)

2. Suasana

Pada variabel ini terdapat 4 indikator yang diukur dengan rincian hasil

No	Item	1		2		3		4		5		Total		Rata-rata
		STS		TS		N		S		SS				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	0	0	0	0	5	5.68	26	29.5	57	64.8	88	100	4.59
2	X1.2	0	0	0	0	12	13.6	40	45.5	36	40.9	88	100	4.27
3	X1.3	1	1.14	1	1.14	6	6.82	47	53.4	33	37.5	88	100	4.25
4	X1.4	0	0	2	2.27	17	19.3	37	42	32	36.4	88	100	4.13
5	X1.5	0	0	1	1.14	14	15.9	43	48.9	30	34.1	88	100	4.16
	Rata-Rata X1													4.28

jawaban responden sebagai berikut:

Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Suasana (X_2)

No	Item	1		2		3		4		5		Total		Rata-rata
		STS		TS		N		S		SS				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X2.1	0	0	0	0	12	13.6	41	46.6	35	39.8	88	100	4.26
2	X2.2	0	0	3	3.41	8	9.09	40	45.5	37	42	88	100	4.26
3	X2.3	0	0.00	3	3.41	16	18.2	37	42	32	36.4	88	100	4.11
4	X2.4	1	1.1364	5	5.68	11	12.5	41	46.6	30	34.1	88	100	4.07
	Rata-Rata X2													4.18

3. Kewajaran Harga

Pada variabel ini terdapat 4 indikator yang diukur dengan rincian hasil jawaban responden sebagai berikut:

Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kewajaran Harga (X₃)

No	Item	1		2		3		4		5		Total		Rata-rata
		STS		TS		N		S		SS				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X3.1	0	0	1	1.14	17	19.3	35	39.8	35	39.8	88	100	4.18
2	X3.2	0	0	4	4.55	7	7.95	41	46.6	36	40.9	88	100	4.24
3	X3.3	0	0.00	1	1.14	12	13.6	41	46.6	34	38.6	88	100	4.23
	Rata-Rata X3													4.22

4. Kepuasan Pelanggan

Pada variabel ini terdapat 4 indikator yang diukur dengan rincian hasil jawaban responden sebagai berikut:

Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Item	1		2		3		4		5		Total		Rata-rata
		STS		TS		N		S		SS				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y.1	0	0	1	1.14	13	14.8	40	45.5	34	38.6	88	100	4.22
2	Y.2	0	0	4	4.55	16	18.2	34	38.6	34	38.6	88	100	4.11
3	Y.3	0	0.00	2	2.27	18	20.5	33	37.5	35	39.8	88	100	4.15
	Rata-Rata Y													4.16

Pembahasan
1. Uji Validitas
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keputusan
Kualitas Makanan (X₁)	X _{1.1}	0,642	0,210	Valid
	X _{1.2}	0,811	0,210	Valid
	X _{1.3}	0,759	0,210	Valid
	X _{1.4}	0,861	0,210	Valid
	X _{1.5}	0,702	0,210	Valid
Suasana (X₂)	X _{2.1}	0,800	0,210	Valid
	X _{2.2}	0,769	0,210	Valid
	X _{2.3}	0,861	0,210	Valid
	X _{2.4}	0,859	0,210	Valid
Kewajaran Harga (X₃)	X _{3.1}	0,899	0,210	Valid
	X _{3.2}	0,875	0,210	Valid
	X _{3.3}	0,897	0,210	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,831	0,210	Valid
	Y.2	0,887	0,210	Valid
	Y.3	0,866	0,210	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas diketahui bahwa semua item penelitian pada variabel independen memiliki $r_{hitung} > sig$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan tersebut telah valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Hasil Uji
Kualitas Makanan (X_1)	0,814	Reliabel
Suasana (X_2)	0,839	Reliabel
Kewajaran Harga (X_3)	0,868	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,826	Reliabel

Instrumen dikatakan reliabel, jika nilai *alpha cronbach* sama dengan atau di atas 0,60. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *alpha cronbach* pada variabel independen berada di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut telah reliable dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

3. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Kualitas Makanan	Suasana	Kewajaran Harga	Kepuasan Pelanggan
N	88	88	88	88
Normal Parameters ^{a,b} Mean	21.3977	16.7045	12.6477	12.4773
Std. Deviation	2.69755	2.61366	2.04006	2.08981
Most Extreme Absolute	.110	.144	.144	.142
Differences Positive	.091	.104	.124	.114
Negative	-.110	-.144	-.144	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z	1.033	1.348	1.351	1.331
Asymp. Sig. (2-tailed)	.236	.053	.052	.058

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : data diolah primer , 2021

Berdasarkan hasil pengujian normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi residual regresi yang terbentuk lebih besar dari taraf nyata 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas tersebut terpenuhi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.839	1.291		.650	.517
1 Kualitas Makanan	.208	.091	.268	2.280	.025
Suasana	.214	.089	.267	2.413	.018
Kewajaran Harga	.287	.109	.280	2.620	.010

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

$a = 0.839$ merupakan nilai konstanta, artinya jika seluruh variabel bebas bernilai nol, maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan bernilai 0.839

$b_1 = 0.208$ merupakan koefisien regresi variabel Kualitas Makanan (X_1) bernilai positif menyatakan bahwa apabila variabel penelitian Kualitas Makanan baik, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat, dengan asumsi variabel yang lain konstan.

$b_2 = 0.214$ merupakan koefisien regresi variabel Suasana (X_2) bernilai positif, menyatakan bahwa apabila variabel penelitian Suasana baik, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat, dengan asumsi variabel yang lain konstan.

$b_3 = 0.287$ merupakan koefisien regresi variabel Kewajaran Harga (X_3) bernilai positif, menyatakan bahwa apabila variabel penelitian Kewajaran Harga baik, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat, dengan asumsi variabel yang lain konstan

5. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Makanan (X_1)	0.418	2.392	Bebas Multikolinieritas
Suasana (X_2)	0.470	2.128	Bebas Multikolinieritas
Kewajaran Harga (X_3)	0.506	1.975	Bebas Multikolinieritas

Berdasarkan tabel uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Makanan (X_1) memiliki nilai VIF sebesar 2.392 dengan tolerance 0.418, variabel Suasana (X_2) memiliki nilai VIF sebesar 2.128 dengan tolerance 0.470 dan variabel Kewajaran Harga (X_3) memiliki nilai VIF sebesar 1.975 dengan tolerance 0.506. Semua variabel independen memiliki nilai VIF < 10 sehingga data hasil penelitian dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

6. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Makanan (X_1)	0.629	Bebas heteroskedastisitas
Suasana (X_2)	0.784	Bebas heteroskedastisitas
Kewajaran Harga (X_3)	0.309	Bebas heteroskedastisitas

Berdasarkan data hasil uji Heteroskedastisitas, dapat dikemukakan bahwa signifikansi variabel Kualitas Makanan (X_1) sebesar 0,629, signifikansi variabel Suasana (X_2) sebesar 0,784 dan . Semua variabel memiliki nilai sig > 0,05 yang menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

7. Uji F

Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	195.682	3	65.227	29.734	.000 ^b
1 Residual	184.273	84	2.194		
Total	379.955	87			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kewajaran Harga, Suasana, Kualitas Makanan

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui $F_{hitung} 29.734 > F_{tabel} 2.713$ dan nilai sig F adalah $0,000 < 0,05$. Dengan demikian berdasarkan hipotesis (H_1) yang diajukan dalam penelitian, variabel Kualitas Makanan (X_1), Suasana (X_2), dan Kewajaran Harga (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

8. Uji t

Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	T	Sig.
(Constant)	.650	.517
1 Kualitas Makanan	2.280	.025
Suasana	2.413	.018
Kewajaran Harga	2.620	.010

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t mengenai pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan menghasilkan nilai sig yang diperoleh $0,025 < 0,05$ menunjukkan bahwa H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Makanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil uji t mengenai pengaruh Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan menghasilkan nilai sig yang diperoleh $0,018 < 0,05$ menunjukkan bahwa H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

variabel Suasana (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil uji t mengenai pengaruh Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan menghasilkan nilai sig yang diperoleh $0,010 < 0,05$ menunjukkan bahwa H_4 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kewajaran Harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

9. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Koefisien Determinasi (R square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.498	1.48112

a. Predictors: (Constant), Kewajaran Harga, Suasana, Kualitas Makanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa *Adjusted R Square* sebesar 49,8 % variabel dependen yakni Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Makanan (X_1), Suasana (X_2) dan Kewajaran Harga (X_3) sedangkan 50,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga maka minat beli konsumen akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.
2. Kualitas Makanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik Kualitas Makanan maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.
3. Suasana berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik Suasana maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.
4. Kewajaran Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik Kewajaran Harga maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.

Saran

Dengan melihat keterbatasan yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyadari bahwa tidak ada satu peneliti yang sempurna. Untuk itu saran-saran yang akan diajukan oleh peneliti yang akan datang antara lain :

a) Bagi peneliti

1. Objek penelitian dilakukan pada Cafe yang lain sehingga kesimpulan yang diperoleh mungkin akan berbeda jika diterapkan pada objek lain.
2. Menambahkan variabel lain seperti lokasi, ketersediaan wifi, dan aksesibilitas yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

b) Bagi usaha

Bagi usaha perlu meningkatkan kualitas dari segi makanan, suasana dan harga dan khas makanan yang ada di Cafe Photokopi. Dan perlu memperbaiki kualitas makanan yang disajikan. Usaha perlu memperbaiki area spot foto kekinian yang menjadi motivasi pelanggan berkunjung. Mempertimbangkan kembali harga yang ditawarkan dan menerapkan harga promosi pada produk tertentu.

Daftar Pustaka

- Admin. 2020. Dampak Pandemi covid-19 di malang raya. (<https://sekilasmalang.com/dampak-pandemi-covid-19-terhadap-perekonomian-di-malang-rama/amp/>) diakses pada juni 2020
- Atmoko, T. P. H. (2017). Peningkatan Higiene Sanitasi Sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan Dan Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Dhamar Palembang. 8(1), 1–9.
- Chotimah, N. (2018). Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Wedangan Ijo Makam Haji. *Dk*, 53(9), 1689–1699.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 (7th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. (2016). Testing the Effects of Food Quality , Price Fairness , and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Ind
- 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.
- Kotler, P., & Keller, kevin L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (S. Bob, Ed.) (Edisi 13 j). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & A. Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat (Edisi 2). Jakarta: Maret 2008.
- Nurdiansyah, M. D., & Matadji. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1(1), 29–44.
- Putri, L. H., Srikandi Kumadji, & Andriani Kusumawati. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (



- Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2).
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Salemba Empat, 2008.
- Salsabilah, T., & Sunarti. (2018). Pengaruh Food Quality, Dining Atmosphere Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Ria Djenaka Shining Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 140–148.
- Sholihah, I. A., Studi, P., Tata, P., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Layanan, K., & Konsumen, K. (2020). *Pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di merdeka cafe nganjuk*. 8(1).
- Sugianto, Sugiono dan Sugiono Sugiharto. 2013. Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restorant Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No.2, 1-10.
- Saputra, K. A., Hariyani, & Rafani, Y. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Rumah Makan Bareh Solok Pangkalpinang). *JuRnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis*, 14(November), 37–45.
- Wijaya, W. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 581–594.

Mega Lestari*) Adalah Alumni FEB Unisma

Abd. Kodir Djaelani **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Restu Millanintyas *)** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma