
**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen
(Studi pada konsumen Cafe Apung Rowo Kalimpok)**

Revin Dea Lorensa*)
N. Rachma)**
Fahrurrozi Rahman*)**

Email: revindea3@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study examines the effect of price, service quality and cafe atmosphere on consumer satisfaction at the Floating Cafe Rowo Klampok in Senggreng Village, Krajan Hamlet, Sumber Pucung District, Malang Regency. The type of research used is explanatory research. The sample used in this study were 100 respondents who were consumers of the Floating Cafe Rowo Klampok. Data collection techniques using a questionnaire. The analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results showed that price, service quality and cafe atmosphere had a significant simultaneous and partial effect on customer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Cafe Atmosphere, Consumer Satisfaction

Pendahuluan

Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era globalisasi sekarang ini telah membawa banyak perubahan dalam gaya hidup, perilaku dan budaya masyarakat. Selain itu, perkembangan teknologi membuat dunia bisnis berkembang pesat. Hal ini mempengaruhi budaya dan kebiasaan masyarakat Indonesia yang meniru budaya barat. Misalnya, budaya minum kopi yang sebelumnya hanya dijadikan kebiasaan minum di rumah, kini menjadi kebiasaan minum di luar rumah, disertai bertemu dengan teman dan keluarga Menurut Piliang (2010).

Cafe saat ini merupakan bisnis yang berkembang pesat dan tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Hal ini ditandai dengan banyaknya cafe yang bermunculan dengan menghasilkan produk yang sama akan tetapi harga dan layanan yang berbeda. Kabupaten Malang memiliki banyak tempat wisata alam dan wisata kuliner termasuk Cafe. Cafe adalah tempat untuk bersantai, menghabiskan waktu di luar ruangan, menghilangkan kepenatan setelah bekerja, mendengarkan musik, makan dan minum, serta berbincang bersama teman maupun keluarga. Selain itu, banyak cafe kini memiliki desain yang menarik, harga yang ramah di kantong dan suasana yang nyaman.

Dengan banyaknya cafe bisnis diharapkan dapat mengembangkan ide, inovasi, dan memberikan pelayanan yang baik sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi yang mengakibatkan konsumen melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang. Kemudian testimoni dari berbagai konsumen memiliki banyak kelebihan dan kekurangan, sehingga dari beberapa keluhan peneliti tertarik meneliti variabel harga, kualitas pelayanan, suasana cafe terhadap kepuasan konsumen.

Rumusan Masalah

1. Apakah harga, kualitas layanan dan suasana cafe mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis harga, kualitas pelayanan dan suasana cafe berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Cafe apung rowo kelampok.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe apung rowo kelampok..
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe apung rowo kelampok.
4. Untuk mengetahui pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di Cafe apung rowo kelampok.

Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini berharap dapat memberikan kontribusi kepada beberapa pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti, mengenai konsep teori pemasaran, mengenai konsep teori pemasaran, khususnya mengenai harga, kualitas pelayanan dan suasana cafe terhadap kepuasan pelanggan di Cafe apung rowo kelampok.

2. Manfaat Praktis

Dapat digunakan sebagai tambahan informasi, sumbangan pemikiran, dan bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian dibidang pemasaran khususnya variabel yang digunakan yaitu harga, kualitas pelayanan dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen.

Tinjauan Pustaka

Harga

Harga merupakan satu-satunya faktor dalam bauran pemasaran yang menghasilkan penjualan, dan faktor lainnya adalah faktor biaya (Assauri, 2014:

223). Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), harga adalah jumlah yang dibebankan pada suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan dengan keuntungan konsumen yang memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah seberapa besar perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan pada langganan yang mereka dapatkan Mauludin (2013:67). Menurut Kotler (2012:49) menjelaskan bahwa kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari sebuah produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Parasuraman (2013:188) Kualitas pelayanan adalah baik tidaknya kualitas jasa sangat bergantung pada kemampuan si penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

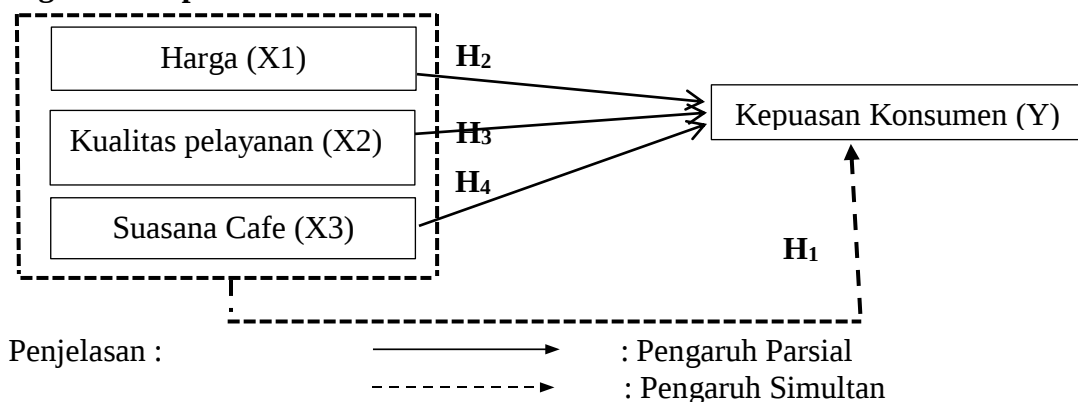
Suasana Cafe

Suasana (atmosphere) didefinisikan sebagai rancangan ruang untuk menghasilkan efek emosional tertentu pada pembeli untuk meningkatkan probabilitas pembeliannya (Hilaliyah et. al, 2017). Menurut Kotler & Keller (2012 : 61), suasana cafe adalah desain lingkungan. Melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian, hal itu untuk membentuk reaksi emosional dan persepsi pelanggan serta memengaruhi pelanggan untuk membeli produk.

Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2014 : 177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1: Harga, Kualitas pelayanan, dan Suasana cafe berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Apung Rowo Klampok
- H2: Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Apung Rowo Klampok
- H3: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Apung Rowo Klampok
- H4: Suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Apung Rowo Klampok

Populasi dan Sampel**Populasi**

Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen Cafe Apung Rowo Klampok yang berjumlah 100 yang melakukan pembelian 2-3 kali, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe Apung Rowo Klampok, berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang di ambil dalam penelitian ini berdasar pada *Purposive* sampling. Dalam menentukan sampel dengan menggunakan rumus Malhotra yaitu $20 \times 5 = 100$.

Definisi Oprasional Variabel

1. Harga (X1) Indikator dari Harga yaitu :
 - a. Keterjangkauan Harga harga
 - b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
 - c. Kesesuaian Harga dengan Manfaat
 - d. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga
2. Kualitas Pelayanan (X2) Indikator dari Kualitas Pelayanan yaitu:
 - a. Reliability (kehandalan)
 - b. Responsiveness (daya tanggap)
 - c. Assurance (jaminan)
 - d. Tangibles (bukti fisik)
 - e. Empathy (empati)
3. Suasana cafe (X3) indikator dari Suasana Cafe yaitu :
 - a. *Store Exterior* (Bagian depan toko)
 1. Bagian depan toko
 2. Papan nama (*Marquee*)
 - b. *General Interior* (Bagian dalam toko)
 1. Tata letak
 2. Kebersihan
 - c. *Store Layout* (Tata letak)
 1. Ruang penjualan
 2. Ruang konsumen
 - d. *Interior display* (Papan pengumuman)
 1. Dekorasi sesuai tema (*Theme setting display*)
 2. Poster, tanda, dan kartu (*Poster, signs and cards display*)

4. Kepuasan Konsumen (Y) Indikator dari Kepuasan Konsumen :

- a. Kualitas produk
- b. Kualitas layanan
- c. Penetapan harga

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	1	0,483	0,195	VALID
	2	0,458	0,195	VALID
	3	0,525	0,195	VALID
	4	0,594	0,195	VALID
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,762	0,195	VALID
	2	0,704	0,195	VALID
	3	0,645	0,195	VALID
	4	0,785	0,195	VALID
Suasana Cafe (X3)	5	0,712	0,195	VALID
	1	0,631	0,195	VALID
	2	0,566	0,195	VALID
	3	0,490	0,195	VALID
	4	0,433	0,195	VALID
	5	0,650	0,195	VALID
	6	0,590	0,195	VALID
	7	0,653	0,195	VALID
Kepuasan Konsumen (Y)	8	0,688	0,195	VALID
	1	0,722	0,195	VALID
	2	0,623	0,195	VALID
	3	0,644	0,195	VALID

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil dari uji diatas maka diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai r hitung > r tabel maka dapat disimpulkan seluruh variabel valid.

Uji Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kriteria	Keterangan
Harga	0,650	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,784	0,6	Reliabel
Suasana Cafe	0,741	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,748	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji diatas maka diketahui dapat diketahui variabel Cronbach Alpha > 0,6 maka dapat di simpulkan bahwa semua variabel reliabel.

Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	Y
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^a	Mean	16.7600	20.4600	32.5200	12.3500
	Std. Deviation	1.71812	2.95905	3.82306	1.62912
Most Extreme Differences	Absolute	.136	.102	.121	.125
	Positive	.095	.062	.061	.115
	Negative	-.136	-.102	-.121	-.125
Kolmogorov-Smirnov Z		1.355	1.024	1.207	1.250
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051	.245	.109	.088

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji diatas dapat dilihat dari Asymp.Sig (2-tailed) pada setiap variabel > 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.338	1.303		1.027	.307		
X1	.156	.078	.164	2.001	.048	.786	1.272
X2	.232	.050	.422	4.629	.000	.639	1.564
X3	.112	.042	.263	2.695	.008	.557	1.794

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji diatas dapat dilihat dari nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10 maka dapat di simpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.152	.810		2.657	.009
X1	-.028	.048	-.064	-.568	.572
X2	.008	.031	.034	.271	.787
X3	-.030	.026	-.155	-1.149	.253

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari nilai sig dari variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan suasana cafe (X3) dengan hasil > 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.338	1.303		1.027	.307
X1	.156	.078	.164	2.001	.048
X2	.232	.050	.422	4.629	.000
X3	.112	.042	.263	2.695	.008

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan yang dihasilkan adalah

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah :

$$Y = 1.338 + 0,156X_1 + 0,232X_2 + 0,112X_3$$

Persamaan di atas mengandung interpretasi :

1. Di dapat nilai konstanta sebesar 1.338, jika seluruh variabel independen atau bebas seperti Harga (X1) Kualitas Pelayanan (X2) dan Suasana Cafe (X3) dianggap konstan yang memiliki nilai 0 (Positif), maka nilai variabel dependen atau terikat seperti Kepuasan Konsumen memiliki nilai 1.338. Maka hal tersebut dapat diartikan jika Harga (X1) Kualitas Pelayanan (X2) dan Suasana Cafe (X3) dinaikkan maka Kepuasan Konsumen (Y) akan ikut meningkat.
2. Koefisien regresi pada variabel Harga (X1) sebesar 0,156 yang memiliki nilai positif. Yang berarti jika nilai variabel Harga (X1) semakin terjangkau dan sesuai harapan konsumen maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan juga.
3. Koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,232 yang memiliki nilai positif. Yang berarti jika nilai variabel Kualitas Pelayanan (X2) semakin meningkat maka nilai yang didapat variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan juga.
4. Koefisien regresi pada variabel Suasana Cafe (X3) sebesar 0,112 yang memiliki nilai positif. Yang berarti jika nilai variabel Suasana Cafe (X3) semakin meningkat maka nilai yang didapat pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat juga.

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Tabel Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	128.784	3	42.928	30.762	.000 ^a
Residual	133.966	96	1.395		
Total	262.750	99			

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat nilai sig < 0,05 maka dapat disimpulkan variabel harga, kualitas pelayanan, dan suasana cafe berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Uji t (Parsial)

Tabel Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.338	1.303		1.027	.307
X1	.156	.078	.164	2.001	.048
X2	.232	.050	.422	4.629	.000
X3	.112	.042	.263	2.695	.008

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat jika nilai t hitung > t tabel yaitu 1,98498 kemudian nilai sig < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan suasana cafe berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien Determinan (R²)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.490	.474	1.18130

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai Adjusted Square sebesar 0,474 atau 47,4% yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan dan suasana cafe sementara sisanya sebesar 52,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian.

Pembahasan

Harga, kualitas pelayanan, dan suasana cafe berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Apung Rowo Klampok. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arif dan Ekasari (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen” yang menunjukkan hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini di dukung dengan teori Kolter dan Armstrong (2012:52) bahwa semakin menarik harga yang ditawarkan akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini juga di dukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tawakkal, Suaib, dan Zein (2021) dengan

judul “Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen” yang menunjukkan hasil dari penelitian ini adalah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini di dukung dengan teori Tjiptono (2006) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen memiliki hubungan yang erat. Hal ini juga di dukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rooroh, Moniharapon dan Loindong (2020) dengan judul “Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen” yang menunjukkan hasil dari penelitian ini adalah variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Suasana Cafe berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil ini didukung teori Manullang (2016) bahwa suasana cafe mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini juga di dukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suhairi, Novianti dan Suryatna (2020) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen” yang menunjukkan hasil dari penelitian ini adalah variabel Suasana Cafe berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Kesimpulan Dan Saran Kesimpulan

1. Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan antara Harga, Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Apung Rowo Klampok.
2. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Variabel Suasana Cafe berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada pihak terkait dalam hal meningkatkan Kepuasan konsumen di Cafe Apung Rowo Klampok.
 - b. Bahan masukan kepada pihak terkait dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada nilai rata-rata terendah dari variabel harga, kualitas pelayanan, dan suasana cafe.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memperdalam penelitian yang akan dilakukan mengenai Harga, Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe terhadap Kepuasan Konsumen.
 - b. Peneliti selanjutnya dapat menyebarkan kuesioner secara langsung sehingga hasil yang didapat lebih baik.

Daftar Pustaka

Arif, D., 12, R. E.-E., & 2021, undefined. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan,

- Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *E-Journal.Umaha.Ac.Id*. Retrieved November 20, 2021, from <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/ecopreneur/article/view/780>
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Armstrong dan Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2013. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta.
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition” , England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Natalia, D., Winarto, W., Manajemen, T. R.-J. I., & 2021, undefined. (n.d.). PENGARUH HARGA, SUASANA, PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MINUM KOPI MEDAN JOHOR. *Methonomi.Net*. Retrieved November 2, 2021, from <http://methonomi.net/index.php/jm/article/view/193>
- Rooroh, C., ... S. M.-J. E. J., & 2020, undefined. (2020). PENGARUH SUASANA CAFE, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO). *Ejournal.Unsrat.Ac.Id*, 8, 130–139. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30599>
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Pertama. Penerbit CV. Alpha Beta. Bandung.
- Tawakkal, E., Suaib, H., PERKUSI, E. Z.-J. I., & 2021, undefined. (n.d.). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Openjournal.Unpam.Ac.Id*. Retrieved October 28, 2021, from <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIPER/article/view/11149>

Revin Dea Lorensa*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

N. Rachma)** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Fahrurrozi Rahman*)** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma