

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Lafayette Coffee Kota Malang

Ahmad Pratama Tri Putra^{*}

Budi Wahono^{}**

Khalikussabir^{*}**

Email : shonebska07@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study focuses on visitors who visit Lafayette Coffee, based on the results of research conducted by distributing questionnaires to visitors, namely as many as 87 respondents, so some descriptions of the characteristics of the respondents can be taken. The data source used in this study is primary data which is data from the first source or research source data obtained directly from the original source (not through intermediary media). The method used in this research is data collection method data analysis method,

Service quality is a level of excellence in meeting customer desires. This shows that the higher the quality of service obtained by visitors, the visitor satisfaction will increase. Service means how far the reality and expectations of customers differ from the service they receive. Service quality can be identified by comparing customer perceptions of the service they actually receive. If the service quality is good, visitors will make a decision to repurchase the product. This shows that the more competitive the prices offered by Lafayette Coffee, the more visitor satisfaction will increase. Price seen from the buyer's point of view, is often used as an indicator of value when the price is related to the perceived benefits of an item or service, price is the amount of money exchanged by customers to obtain the benefits of having or using a product or service.

Keywords: *Service Quality, Visitor Satisfaction*

Pendahuluan

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua setelah Kota Surabaya di propinsi Jawa timur. Kota ini terletak disebelah selatan kota Surabaya disebelah barat kota Pasuruan dan disebelah utara kota Blitar. Malang memiliki hawa sejuk sehingga sangat baik untuk tempat tinggal bagi orang yang ingin mendapatkan kedamaian. Disamping kota Malang sebagai tempat tinggal nan indah, tetapi juga Kota Malang menjadi tempat belajar atau menuntut ilmu hal ini tentunya akan berdampak pada banyaknya jumlah mahasiswa yang berada di Kota Malang. Hal ini merupakan peluang bagi sebagian orang untuk membuka usaha kuliner, karena peminat kuliner semakin banyak. Banyak sekali tempat kuliner yang ada disini terutama cafe-cafe yang menjual minuman ringan / Salah satu tempat kuliner di Kota Malang adalah Lafayette coffee. Keberadaan Lafayette Coffee tentunya menambah jumlah cafe yang berada di kota malang sehingga akan menambah persaingan dengan cafe-cafe yang lain. Besarnya tingkat persaingan antara cafe satu dengan cafe yang lain menuntut pihak pengelola untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumennya. Hal ini juga disadari oleh pengelola dengan cara meningkatkan mutu pelayanan agar pembeli tidak pindah ke tempat yang lain. Pengelola

sudah berupaya sekuat tenaga menjaga mutu pelayanan yang diberikan kepada pembeli yaitu dengan selalu memberikan pelayanan yang terbaik.

Salah satu cara untuk meningkatkan mutu pelayanan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan pengunjung tentang pelayanan yang diterimanya. Setelah menerima pelayanan, pengunjung akan membandingkan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Jika pelayanan yang diterima berada dibawah pelayanan yang diharapkan, pengunjung tidak berminat lagi memanfaatkan pelayanan tersebut. Sebaliknya jika pelayanan memenuhi atau melebihi harapan, mereka akan menggunakan pelayanan itu lagi. Demikian juga yang dilakukan di Lafayette Coffee pengelola selalu berupaya bagaimana meningkatkan pelayanannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka untuk mengetahui bagaimana layanan yang diberikan dan harga yang ditetapkan oleh Lavalette Coffee Kota Malang terkait dengan kepuasan pengunjung, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Lafayette Coffee Kota Malang”**.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengunjung di Lafayette Coffee Kota Malang ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Lafayette Coffee Kota Malang ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Lafayette Coffee Kota Malang ?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh simultan, parsial terhadap kepuasan pengunjung di Lafayette Coffee, Kota Malang.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis Penelitian terdahulu

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Debby (2017) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Jasa Transportasi Online Rejo Malang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis Regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable independent yaitu kualitas layanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan jasa transportasi online Rejo Malang.

Penelitian yang dilakukan oleh Dimas (2018) dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Gojek Indonesia. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Gojek Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Arif dan Ekasari (2020), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen” menjelaskan bahwa Metode pengambilan sampel yang digunakan ialah Accidental Sampling dengan pemilihan responden dari siapa saja yang kebetulan ditemui. Dari hasil dari

penelitian tersebut dapat disimpulkan secara simultan ketiga variabel kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Rooroh, Moniharapon dan Loindong (2020), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen” menjelaskan bahwa penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teknik accidental sampling. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa suasana cafe, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan secara parsial suasana cafe, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Tawakkal, Suaib dan Zein (2021), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen” menjelaskan bahwa metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah 8 analisis regresi berganda dengan menggunakan uji deskriptif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji f, uji t dan uji determinasi. Penelitian ini menggunakan teknik Accidental Sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa analisis regresi berganda dan uji F terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Suhairi, Novianti dan Suryatna (2020), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen” menjelaskan bahwa dari uji t diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan berpengaruh secara signifikan, dan dari uji f juga diketahui bahwa F hitung lebih besar dari F tabel dan berpengaruh secara signifikan. Hasil dari penelitian ini bahwa variabel harga dan suasana cafe berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Natalia, Winarto dan Rajagukguk (2021), dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Suasana, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” menjelaskan bahwa pengambilan sampel yang digunakan dalam adalah accidental sampling. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan yaitu secara parsial, harga, suasana, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Minum Kopi Medan Johor. Secara simultan, harga, suasana, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pelayanan Pengunjung

Pelayanan pengunjung yang ditujukan kepada masyarakat harus tersedia dan berkesinambungan, dapat diterima dan wajar, mudah dicapai, mudah dijangkau, bermutu

Harga

Harga merupakan suatu nilai produk karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan pelanggan sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap jasa tersebut setelah pelanggan merasakan kinerja jasa tersebut.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang terdiri 5 dimensi pelayanan. Kesenjangan merupakan ketidak sesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*).

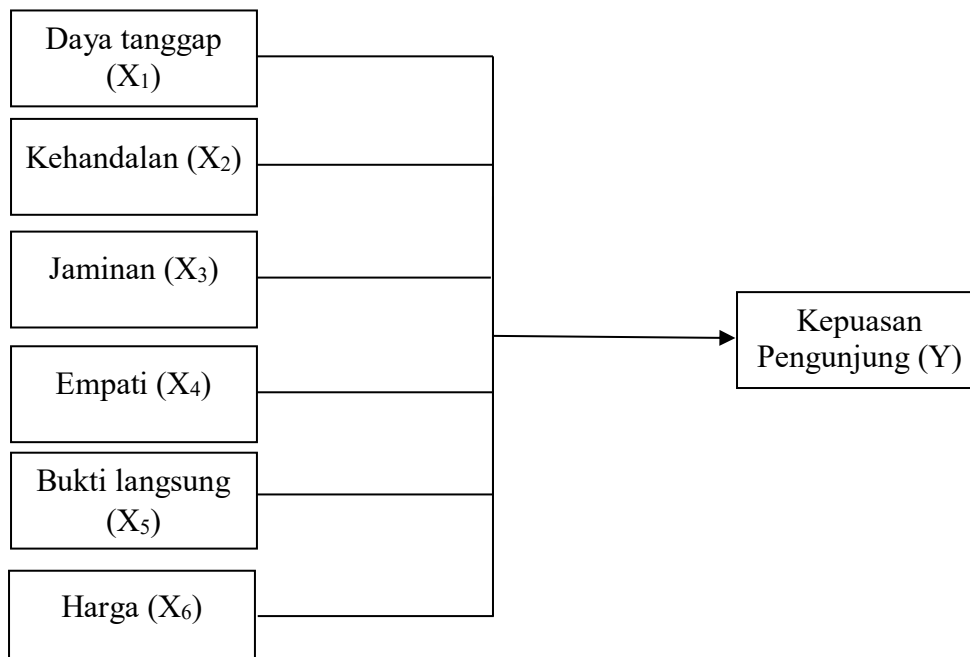
Perilaku Konsumen

Tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini.

Karakteristik Pengunjung

Ciri khusus yang mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Ciri khusus ini dapat berupa fisik seperti pekerjaan, pemikiran serta pendapatan maupun non fisik seperti pengalaman dan kebutuhan yang beraneka ragam.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Daya tanggap, kehandalan, jaminan, empati dan bukti langsung dan harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengunjung.

Daya tanggap, kehandalan, jaminan, empati dan bukti langsung berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung.

Bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini bermaksud untuk memberikan penjelasan hubungan kausal antara variabel melalui pengujian hipotesis, sehingga penelitian ini merupakan penelitian penjelasan untuk memberikan penjelasan tersebut melalui permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, tujuan yang hendak dicapai dan pengujian hipotesis maka metode yang di pergunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode ini di maksudkan bahwa

penelitian ini mengambil sample dari populasi dan menggunakan kuisionar (daftar pertanyaan) sebagai instrument pengumpulan data utama. Selain itu juga dilakukan wawancara secara mendalam untuk melengkapi data yang di perlukan.

Definisi Oprasional Variabel

Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional Variabel

Variabel Penelitian dan definisi Oprasional Variabel ini adalah pelayanan pengunjung yang dikaitkan dengan keputusan pengunjung menurut persepsi pengunjung, yaitu dengan membandingkan antara pelayanan yang dirasakan dengan yang diharapkan pengunjung secara langsung pada saat menerima / memanfaatkan jasa pelayanan tersebut.

Variabel Penelitian

Variabel Independen (X)

Menurut Sugiono (2017:39) mendefinisikan variable independent adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variable independent adalah mutu pelayanan dan harga.

Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiono (2017:39) variable dependen adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung.

Definisi Operasional Variabel

Menurut Nazir (2014:110) Definisi operasional variable adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variable atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kontrak atau variable tersebut.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang merupakan data dari sumber pertama atau data sumber penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara).

Metode Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012: 142).

Pada penelitian ini skala yang digunakan adalah skala Likert. Penggunaan dengan Skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2012:93). Jawaban setiap instrumen diberi nilai atau skor, dengan kriteria Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).

Metode Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ini alat analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Regresi berganda berguna untuk meramalkan pengaruh dua variable predictor atau lebih untuk membuktikan ada atau tidak adanya hubungan fungsional antara dua buah variable bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y). Hubungan tersebut digambarkan dalam formulasi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e \quad (\text{Algifari, 1997:20})$$

Dimana:

- Y = Variabel Independent / terikat
- a = Konstanta
- b₁ = Koefisien variable bebas ke – 1
- b₂ = Koefisien variable bebas ke – 2
- b_n = Koefisien variable bebas ke – n
- X₁ = Variable bebas ke – 1
- X₂ = Variable bebas ke – 2
- X_n = Variable bebas ke – n
- e = Variable pengganggu

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tanggap, kehandalan, jaminan, empati dan bukti langsung terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Lafayette Coffe Kota Malang.

Kemudian analisis regresi berganda tersebut diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana:

- Y = tingkat kepuasan
- a = Konstanta
- b₁ – b₅ = Koefisien regresi
- X₁ = daya tanggap
- X₂ = kehandalan
- X₃ = jaminan
- X₄ = empati
- X₅ = bukti langsung
- X₆ = Harga
- e = Variable pengganggu

Uji Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar kuesioner yang berisi pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian yang harus dijawab oleh responden. Sebelum kuesioner digunakan dalam penelitian dilakukan uji coba kuesioner dengan pengukuran validasi dan reliabilitas, sehingga dapat diketahui kekurangannya.

Uji Validitas

Prinsip validitas adalah pengukuran dan pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrument dalam mengumpulkan data. Instrumen harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebelum kuesioner diberikan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen, paling sedikit 30 responden, dengan ciri responden uji coba harus mirip ciri-cirinya dengan responden penelitian. Pengukuran validitas dilakukan dengan penghitungan statistic

dengan mengkorelasikan antara tiap butir (X) dengan skor total (Y) dengan rumus korelasi Product momen yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan: R_{xy} = Korelasi X dan Y
 X = Skor tiap item pertanyaan
 Y = Skor total item pertanyaan

Butir-butir pertanyaan / pernyataan dianggap valid jika memiliki korelasi positif terhadap skor total. Semakin tinggi makna korelasi semakin valid suatu butir pertanyaan pada instrument. Dengan diketahui indeks validitas tiap butir maka dapat diketahui dengan pasti butir-butir pertanyaan manakah yang memenuhi syarat dan tidak memenuhi syarat kuesioner.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kesamaan hasil pengukuran atau pengamatan bila fakta kenyataan hidup tadi diukur atau diamati berkali-kali dalam waktu yang berlainan. Uji reliabilitas adalah suatu cara untuk melihat apakah alat ukur dalam hal ini adalah daftar pernyataan yang digunakan konsisten atau tidak. Indeks reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik pengukuran ulang. Peneliti meminta responden yang mempunyai ciri-ciri yang sama dengan responden yang awal bersedia menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja. Pengukuran hanya sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Pengukuran reliabilitas menggunakan uji statistic correlation. Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai alpha > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi dapat dijadikan alat estimasi yang baik jika telah memenuhi persyaratan BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Oleh karena itu pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala multikolinieritas, heteroskedastisitas dan gejala autokorelasi. Adapun uji asumsi klasik tersebut adalah :

Multikolineiritas

Uji multikolineiritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (*independen*) yang ditemukan dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan bantuan SPSS. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas dapat dilihat dari :

Besarnya nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance, Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1, Mempunyai angka tolerance mendekati 1

Besaran korelasi antar variabel independent

Koefisien korelasi antar variabel independent haruslah lemah (dibawah 0,5). Jika korelasi kuat maka terjadi multikolinieritas.

Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika terjadi kesamaan varian, hal ini dinamakan homokedastisitas. Model regresi yang baik tidak boleh terjadi heterokedastisitas. Untuk melihat model regresi terkena heterokedastisitas atau tidak, dapat dideteksi dengan melihat scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Analisis uji heterokedastisitas dengan scatter plot adalah sebagai berikut :

Jika titik-titik membentuk suatu pola yang teratur misalnya melebar kemudian menyempit atau bergelombang maka dapat diindikasikan bahwa telah terjadi heterokedastisitas.

Jika tidak ada pola yang teratur atau jelas dengan titik-titik yang menyebar di atas angka 0 pada sumbu maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data yang ada mengikuti atau mendekati distribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola distribusi normal, yang terlihat dari sebaran data yang bergerombol di sekitar garis uji dan tidak ada data yang terletak jauh dari sebaran data. Deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal grafik. Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas adalah:

Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel (*dependent*) (Siregar, 2013: 406). Adapun rumus dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :	Y	= Loyalitas Pelanggan
	X_1	= Atmosfer Kafe
	X_2	= Kualitas Layanan
	e	= error
	a dan b_1 serta b_2	= Konstanta

Uji Hipotesis

Setelah melalui tahap uji asumsi klasik tahap berikutnya adalah menguji variabel secara simultan dan parsial yaitu:

Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada konsep regresi linier adalah pengujian mengenai apakah model regresi yang didapatkan benar-benar dapat diterima. Uji F atau yang disebut dengan uji simultan bertujuan untuk menguji apakah antara variabel-variabel bebas (X) dan terikat (Y) benar-benar terdapat hubungan linier (linier relation). Penjabaran secara hitungan untuk uji simultan ini dapat ditemui pada tabel ANOVA (*Analysis of Variance*). Di dalam tabel ANOVA akan ditemui nilai Statistik – F (F hitung) dimana :

Jika F hitung < F tabel maka diterima H_0 , sedangkan

Jika F hitung > F tabel maka ditolak H_0

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas X benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel terikat Y. Dalam pengujian ini ingin diketahui apakah jika secara terpisah, suatu variabel X masih memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel terikat Y. Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel daya tanggap, kehandalan, jaminan, empati dan bukti langsung secara parsial terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Pengambilan keputusan dari uji t ini berdasarkan hasil pengolahan data dengan alat bantu program SPSS yaitu sebagai berikut:

Jika probabilitas > 0,05 maka H_0 diterima

Jika probabilitas < 0,05 maka H_0 di tolak

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi memiliki kisaran antara 0 dan 1. Ketika nilai R^2 kecil, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas (Ghozali, 2011;110).

Hasil Penelitian dan Pembahasan Gambaran Umum Responden

Penelitian ini fokus pada pengunjung yang berkunjung ke Lafayette Coffee, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada para pengunjung yaitu sebanyak 87 orang responden, maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden sebagai berikut:

Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	15 – 20 tahun	15	17 %
2.	21 – 25 tahun	45	51 %
3.	25 – 30 tahun	19	21 %
4.	> 30 tahun	8	9 %
Total		87	100 %

Dapat diketahui bahwa sebagian responden berada pada usia antara 21 – 25 tahun yaitu sebanyak 45 orang atau sebesar 51 %, kemudian berusia 15 – 20 tahun sebanyak 15 orang responden atau sebesar 17 %, selanjutnya berusia 25 – 30 tahun sebanyak 19 orang responden

atau sebesar 21 %, dan responden yang berusia di atas 30 tahun sebanyak 8 orang responden atau sebesar 9 %. Hal ini berarti bahwa mayoritas responden berusia antara 21 – 25 tahun.

Responden Berdasarkan Pendapatan

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	21	24 %
2.	Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000	48	55 %
3.	> Rp. 1.500.000	18	21 %
Total		87	100%

Dapat diketahui bahwa sebanyak 21 responden atau sebesar 24 % mempunyai penghasilan Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, sebanyak 48 responden atau sebesar 55 % mempunyai penghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 dan sebanyak 18 responden atau sebesar 21 % mempunyai penghasilan di atas Rp. 1.500.000.

Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMA	12	14 %
2.	DIII	13	15 %
3.	S1	45	51 %
4.	S2	17	20 %
Total		87	100%

Dapat diketahui bahwa responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA sebanyak 12 responden atau sebesar 14 %, tingkat pendidikan DIII sebanyak 13 responden atau sebesar 15%, tingkat pendidikan S1 sebanyak 45 responden atau sebesar 51 %, tingkat S2 sebanyak 17 responden atau sebesar 20 %.

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-laki	63	72 %
2.	Perempuan	24	28 %
Total		87	100 %

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas maka dapat dijelaskan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 responden atau sebesar 72 % sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 24 responden atau sebesar 28 %.

Distribusi Jawaban Responden

Distribusi jawaban responden digunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban responden terhadap item variabel atau butir pertanyaan dalam kuisioner.

Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Item	STS		TS		R		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{1.1}$	-	-	1	1,1	9	10,3	19	21,8	58	66,7	87	100
$X_{1.2}$	-	-	1	1,1	6	6,9	15	17,2	65	74,7	87	100
$X_{1.3}$	-	-	2	2,3	8	9,2	15	17,2	62	71,3	87	100
$X_{1.4}$	-	-	1	1,1	8	9,2	14	16,1	64	73,6	87	100
$X_{1.5}$	-	-	1	1,1	7	8,0	17	19,5	62	71,3	87	100

Dapat dijelaskan bahwa untuk item ($X_{1.1}$) sebanyak sebanyak 1 responden atau 1,1 % menjawab tidak setuju, sebanyak 9 responden atau 10,3 % menjawab netral, sebanyak 19 responden atau 21,8 % menjawab setuju, dan sebanyak 58 responden atau 66,7 % menjawab sangat setuju.

Untuk item ($X_{1.2}$) sebanyak 1 responden atau 1,1 % menjawab tidak setuju, sebanyak 6 responden atau 6,9 % menjawab netral, sebanyak 15 responden atau 17,2 % menjawab setuju, dan sebanyak 65 responden atau 74,7 % menjawab sangat setuju.

Untuk item ($X_{1.3}$) sebanyak 2 responden atau 2,3 % menjawab tidak setuju, sebanyak 8 responden atau 9,2 % menjawab netral, sebanyak 15 responden atau 17,2 % menjawab setuju, dan sebanyak 62 responden atau 71,3 % menjawab sangat setuju.

Untuk item ($X_{1.4}$) sebanyak 1 responden atau 1,1 menjawab tidak setuju, sebanyak 8 responden atau 9,2 % menjawab netral , sebanyak 14 responden atau 16,1 % menjawab setuju dan sebanyak 64 responden atau 73,6 % menjawab sangat setuju.

Untuk item ($X_{1.5}$) sebanyak 1 responden atau 1,1 % menjawab tidak setuju, sebanyak 7 responden atau 8,0 % menjawab netral, sebanyak 17 responden atau 19,5 % menjawab setuju dan sebanyak 62 responden atau 71,3 % menjawab sangat setuju.

Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_2)

Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_2)

Item	STS		TS		R		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{2.1}$	-	-	2	2,3	6	6,9	25	28,7	54	62,1	87	100
$X_{2.2}$	-	-	2	2,3	10	11,5	26	29,9	49	56,3	87	100
$X_{2.3}$	-	-	2	2,3	9	10,3	23	25,4	53	60,9	87	100
$X_{2.4}$	-	-	2	2,2	8	6,9	16	18,4	63	72,4	87	100

Dapat dijelaskan sebanyak 2 responden atau 2,3 % menjawab tidak setuju, sebanyak 6 responden atau 6,9 % menjawab netral, sebanyak 25 responden atau 28,7 % menjawab setuju, dan sebanyak 54 responden atau 62,1 % menjawab sangat setuju.

Untuk item ($X_{2.2}$) sebanyak 2 responden atau 2,3 % menjawab tidak setuju, sebanyak 10 responden atau 11,5 % menjawab netral, sebanyak 26 responden atau 29,9 % menjawab setuju, dan sebanyak 49 responden atau 56,3 % menjawab sangat setuju.

Untuk item ($X_{2.3}$) sebanyak 2 responden atau 2,3 % menjawab tidak setuju, sebanyak 9 responden atau 10,3 % menjawab netral, sebanyak 23 responden atau 28,4 % menjawab setuju, dan sebanyak 53 responden atau 60,9 % menjawab sangat setuju.

Untuk item (X24) sebanyak 2 responden atau 2,3 % menjawab tidak setuju, sebanyak 6 responden atau 6,9 % menjawab netral, sebanyak 16 responden atau 18,4 % menjawab setuju dan sebanyak 63 responden atau 72,4 % menjawab sangat setuju.

Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Item	STS		TS		R		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y ₁	-	-	1	1,1	8	9,2	26	29,9	52	59,8	87	100
Y ₂	-	-	2	2,3	7	8,0	30	34,5	48	56,2	87	100
Y ₃	-	-	1	1,1	8	9,2	22	25,3	56	64,4	87	100

Dapat dijelaskan bahwa sebanyak 1 responden atau 1,1 % menjawab tidak setuju, sebanyak 8 responden atau 9,2 0% menjawab netral, sebanyak 26 responden atau 29,9 % menjawab setuju, dan sebanyak 52 responden atau 59,8 % menjawab sangat setuju.

Untuk item (Y₂) sebanyak 2 responden atau 2,3 % menjawab tidak setuju, sebanyak 7 responden atau 8,0 % menjawab netral, sebanyak 30 responden atau 34,5 % menjawab setuju, dan sebanyak 48 responden atau 58,9 % menjawab sangat setuju.

Untuk item (Y₃) sebanyak 1 responden atau 1,1 % menjawab tidak setuju, sebanyak 8 responden atau 9,2 % menjawab netral, sebanyak 22 responden atau 25,3 % menjawab setuju, dan sebanyak 56 responden atau 64,4% menjawab sangat setuju.

Uji Instrumen Penelitian

Pengujian *validitas* dan *reliabilitas* adalah proses pengujian butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah kuisioner, apakah isi dari butir-butir pernyataan tersebut sudah valid dan reliabel. Pengujian instrumen penelitian ini baik dari segi *validitasnya* maupun *reliabilitasnya* terhadap 70 responden.

Uji Validitas

Pengujian *validitas* pada penelitian ini dengan cara membandingkan korelasi person (r) dengan *level of Signifikan* 5 %, dengan kriteria pengambilan keputusan, jika signifikansi probabilitas <0,05, maka instrumen dikatakan valid.

Hasil Uji Validitas

Item	r product moment	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan			
X _{1.1}	0,849	0,000	Valid
X _{1.2}	0,894	0,000	Valid
X _{1.3}	0,857	0,000	Valid
X _{1.4}	0,859	0,000	Valid
X _{1.5}	0,827	0,000	Valid
Harga (X ₂)			
X _{2.1}	0,872	0,000	Valid
X _{2.2}	0,905	0,000	Valid
X _{2.3}	0,907	0,000	Valid
X _{2.4}	0,759	0,000	Valid
Kepuasan Pengunjung			
Y ₁	0,911	0,000	Valid
Y ₂	0,901	0,000	Valid
Y ₃	0,930	0,000	Valid

Dapat dilihat bahwa semua pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam penelitian ini atau dikatakan valid. Dalam hal ini dapat dibuktikan dengan adanya keterangan hasil pengujian tingkat signifikansi atau kolom sig <0,05.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Dengan demikian *reliabilitas* menunjuk pada tingkat keterhandalan suatu instrument (Arikunto, 2002:154).

Rumus yang digunakan untuk menghitung *reliabilitas* dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *alpha cronbach*. Berdasarkan rumus tersebut, suatu instrument dapat dikatakan handal atau *reliable* apabila memiliki nilai koefisien kehandalan atau alpha lebih dari atau sama dengan 0,6.

Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Kefisien Alpha	Keterangan
1.	X ₁	0,885	<i>Reliable</i>
2.	X ₂	0,885	<i>Reliable</i>
3.	Y	0,901	<i>Reliable</i>

Berdasarkan hasil uji *reliabilitas* pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa seluruh item variabel yang digunakan adalah *reliable*, yaitu dimana untuk masing-masing item variabel mempunyai nilai *Alpha Cronbach* untuk X₁ sebesar 0,885, untuk X₂ sebesar 0,885 dan X₃ sebesar 0,901. Artinya bahwa alat ukur ini mampu menghasilkan data yang dapat dipercaya.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak (Prihadi, 2009:135). Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal, maka digunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test* terhadap masing-masing variabel. Apabila nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov Goodness of Fit Test* >0,05 (*standar error*) maka dapat dikatakan bahwa sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal.

Uji Normalitas

Variabel	<i>Kolmogorov Smirnov Z</i>	Nilai kritis	Ket.
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,295	> 0,05	Normal
Harga (X ₂)	0,239	> 0,05	Normal
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,279	> 0,05	Normal

Diketahui bahwa nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu untuk X₁ sebesar 0,295, X₂ sebesar 0,239 dan untuk Y sebesar 0,279. Berdasarkan syarat bahwa nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* harus lebih besar dari 0,05.

Hasil Analisis Data

Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi

Uji asumsi klasik digunakan agar model persamaan regresi berganda dapat digunakan dengan baik. Ada beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam menganalisa data.

Hasil Uji Multikolineiritas

Uji *multikolineiritas* digunakan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat variabel bebas yang saling berkorelasi satu sama lain (Triton, 2006:154). Jika terdapat korelasi, maka akan terjadi problem *multikolineiritas*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pedoman suatu model regresi yang bebas *multikolineiritas* yaitu mempunyai $VIF < 10$ dan angka tolerance < 1 .

Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	Colineary Statistic	
		Tolerance	VIF
1.	X ₁	0,209	4,782
2.	X ₂	0,231	4,329

Dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* sebesar untuk X₁ sebesar 0,209, X₂ sebesar 0,231, serta nilai *VIF* untuk X₁ sebesar 4,782, X₂ sebesar 4,329. Berarti dalam penelitian ini model regresi memenuhi pedoman model regresi yang bebas dari *multikolineiritas* karena syarat model regresi yang bebas *multikolineiritas* yaitu mempunyai nilai $VIF < 10$ dan angka tolerance < 1 . Sehingga model regresi ini sudah dapat dikatakan baik dan layak untuk penelitian.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji *Heterokedastisitas* digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pada model regresi yang baik tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Heterokedaktisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	1,189	,517		2,299	,002
Mutu_Pelayanan	,116	,048	,517	2,430	,002
Harga	-,178	,056	-,676	-3,177	,000

Terlihat bahwa mutu pelayanan 2,430 dan harga 3,177 dengan nilai sig 0,002 dan 0,000. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa model tidak terkena heterokedaktisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah kualitas pelayanan dan harga sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Pengunjung.

Adapun hasil analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,331	0,389		2,371	0,002
X ₁	0,333	0,051	0,439	3,910	0,001
X ₂	0,562	0,086	0,737	6,558	0,000
R	0,882		F _{hitung}	147,317	
R Square	0,778		Sig.	0,000	
Adjusted R ²	0,773				

Dari hasil regresi diatas maka dapat disusun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,331 + 0,333 X_1 + 0,562 X_2$$

Berikut inteprestasi hasil analisis sebagaimana pada Tabel 4.13:

Konstanta (a) = 1,331 hal ini berarti jika variabel bebas kualitas pelayanan dan harga bernilai nol, maka kepuasan pengunjung sebesar 1,331.

Koefisien (b_1) = 0,333, hal ini berarti jika variabel kualitas pelayanan (X_1) meningkat dan variabel bebas yang lain dianggap konstan, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,333 satuan. Koefisien yang bertanda positif mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Koefisien (b_2) = 0,562, hal ini berarti jika variabel harga (X_2) meningkat dan variabel bebas yang lain dianggap konstan, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,562 satuan. Koefisien yang bertanda positif mengindikasikan bahwa peningkatan harga akan meningkatkan kepuasan pengunjung

Dari Tabel 4.13 tersebut dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,887 yang mempunyai arti bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung sebesar 88,7 %. Artinya jika hasil R mendekati angka satu maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sangat kuat dan jika menjauh dari angka satu maka pengaruhnya tidak kuat. Dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sangat kuat.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.13 menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,773 atau 77,3 %. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengunjung di Lafayette Coffee Malang sebesar 77,3 % dijelaskan oleh kedua variabel bebas dan sisanya sebesar 22,7 % dijelaskan oleh variabel lain di luar dari kedua variabel bebas tersebut.

Pengujian Hipotesis

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan maka dilakukan pengujian dengan uji statistik sebagai berikut:

Hasil Uji F (F-test)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independent secara simultan atau serentak terhadap variabel dependen.

Ketentuan dari penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$: H_1 diterima, H_0 ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$: H_1 ditolak, H_0 diterima

Berdasarkan Tabel 4.13 tersebut dapat diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 147,317 sedangkan nilai F tabel 2,8432. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan $F < 5\%$ ($0,000 < 0,005$). Artinya bahwa secara bersama-sama (simultan) kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung atau dengan kata lain H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Hasil Uji t (t-Test)

Analisis ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau per variabel.

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$: H_2 ditolak, H_2 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$: H_2 diterima, H_2 ditolak

Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda seperti yang ada pada Tabel 4.13 Bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung. Adanya pengaruh ini dapat dilihat pada Tabel 4.13 pada t hitung sebesar 3,910. Dilihat dari signifikansi <0.05 yakni sebesar 0,001, maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Variabel Harga (X_2)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung. Adanya pengaruh ini dapat dilihat pada Tabel 4.13 pada t hitung sebesar 6,558. Dilihat dari signifikansi $< 0,05$ yakni sebesar 0,000, maka harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, diketahui bahwa secara parsial variabel harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, diketahui bahwa secara parsial ke dua variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Lafayette Coffee Kota Malang.

Dengan demikian dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Implikasi Hasil Penelitian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Kualitas Pelayanan merupakan tingkat keunggulan dalam memenuhi keinginan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diperoleh pengunjung maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Pelayanan berarti seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Mutu pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima. Jika kualitas pelayanan tersebut baik maka pengunjung akan membuat keputusan untuk membeli kembali produk tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Debby (2017), Dimas (2018), Arif dan Ekasari (2020), Rooroh, Moniharapon dan Loindong (2020), Natalia, Winarto dan Rajagukguk (2021).

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin bersaingnya harga yang ditawarkan oleh Lafayette Coffee maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Harga dilihat dari sudut pandang pembeli, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Hal ini juga dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2008) yang mengungkapkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Debby (2017), Dimas (2018), Arif dan Ekasari (2020), Rooroh, Moniharapon dan Loindong (2020), Tawakal, Suaib dan Zein (2021), Suhairi, Novianti dan Suryatna (2020), Natalia, Winarto dan Rajagukguk (2021).

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara kualitas dan harga terhadap kepuasan pengunjung di Lafayette Coffee Kota Malang. Berdasarkan hasil analisis pada bab-bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Secara parsial atau sendiri-sendiri variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Lafayette Coffee Kota Malang.

Secara parsial atau sendiri-sendiri variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Lafayette Coffee Kota Malang.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan di salah satu cafe yang ada di Kota Malang yang konsumennya sangat terbatas sekali.

Waktu penelitiannya sangat singkat

Saran-saran

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat diberikan beberapa saran-saran sebagai berikut:

Hendaknya pengelola cafe lebih memperhatikan masalah kenyamanan dan keindahan tempat cafe karena dengan memperhatikan hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Bagi peneliti berikutnya yang akan mengambil topik penelitian yang sama hendaknya perlu menambah variabel lain dan waktu penelitian yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Referensi

- Arif, D., 12, R. E.-E., & 2021, undefined. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *EJournal.Umaha.Ac.Id*. Retrieved November 20, 2021, from <https://ejournal.umaha.ac.id/index.php/ecopreneur/article/view/780>
- 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>
- 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>
- 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>

Ahmad Pratama Tri Putra* Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Budi Wahono Adalah Dosen Tetap FEB Unisma**

Khalikussabir* Adalah Dosen Tetap FEB Unisma**