

Pengaruh Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang (Studi Kasus Pada Pelanggan Chill Cafe Tumpang)

Fitri Dhea Sari *)

M. Ridwan Basalamah **)

Tri Sugiarti Ramadhan *)**

Email : fitridheasari@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

In the present research, Cafe Tumpang on Jl. Western Hero No. 360, Kebonsari, Tumpang District, Malang Regency is used as a case study to look at how the environment, location, and service quality of cafes effect customer satisfaction. This study's quantitative methodology aims to explain the results of each variable and their correlations with one another. The primary data source was the Likert-scaled survey responses from Chill customers at Cafe Tumpang. The sample computation for this study made use of the slovin formula and a meaningful sample size. The samples included 90 respondents. The results of the study show that location, service level, and cafe environment are all elements that affect customers' pleasure. Part of a cafe environment. Geographical location and level of service have an impact on customer happiness.

Keywords: *Cafe Atmosphere, Location, Service Quality, and Customer Satisfaction*

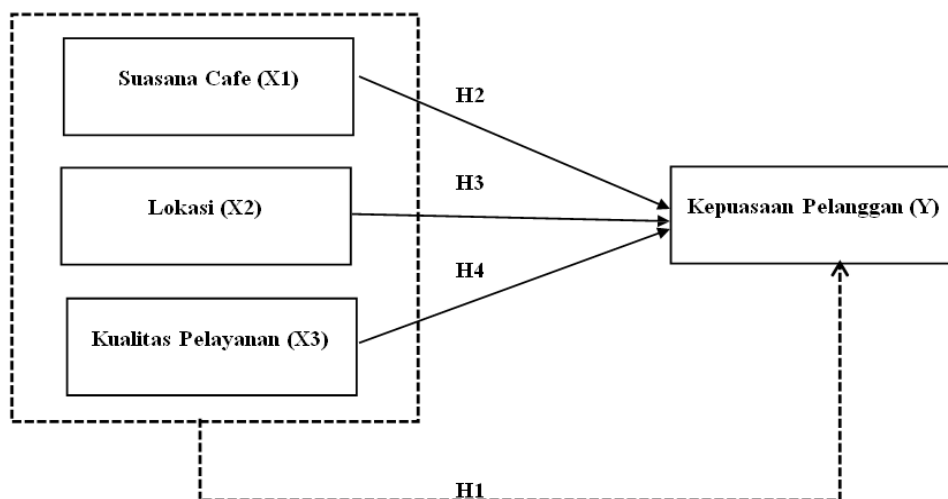
Pendahuluan

Bisnis modern semakin berkembang, seperti banyaknya toko kopi saat ini. Ini dapat dilihat dari data statistik yang dirilis oleh International Coffee Organization (ICO), yang menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara pengekspor kopi terbesar di dunia dengan pertumbuhan 17,9% pada Januari 2021. Jika dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya, yaitu 2020–2021, Indonesia adalah negara kelima yang mengonsumsi kopi paling banyak. Konsumsi sebanyak 604 ribu kantong, meningkat dari 512 ribu kantong pada Januari 2020, menjadi 5 juta kantong berukuran 60 kilogram. Persediaan kopi diproyeksikan mencapai 795 ribu ton pada tahun 2021, dengan konsumsi 370 ribu ton dari pengusaha kopi perkebunan rakyat. Kopi Robusta dibuat di pabrik kopi di Sumatra Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur, dan Jawa Tengah.

Chill Cafe melihat peluang ini untuk terus mengevaluasi dan terus belajar dalam perkembangan bisnis coffee shop. Oleh karena itu, Chill Cafe berkomitmen untuk terus mengembangkan gerai kafenya. Chill Cafe Tumpang ini terletak di Jl. Pahlawan Barat No.360, Kebonsari, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65156. Coffee shop ini sudah berdiri sekitar tahun 2018, yang dimana dilokasi tersebut juga terdapat beberapa coffee shop yang baru-baru ini berdiri di daerah tersebut. Namun dengan adanya pesaing maka Chill Cafe Tumpang terus mengupdate perkembangan coffee shopnya dan mempertahankan kualitas dari cafe tersebut sehingga dapat memberikan kenyamanan yang diperoleh pelanggan pada saat datang merasa betah mengunjungi dan melakukan pembelian di Chill Cafe Tumpang. Dengan banyaknya pesaing akan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan pada Chill Cafe Tumpang. karenanya, untuk memastikan apakah itu mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Chill Cafe Tumpang dapat melalui Suasana Cafe, Lokasi dan Kualitas Pelayanan.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

1. Kepuasan Pelanggan, Menurut (Kotler & Keller, 2009), kepuasan pelanggan bergantung pada kinerja produk aktual sehingga memenuhi harapan pembeli.
2. Suasana Cafe, (Utami, 2010) Suasana Cafe merupakan hasil dari penataan dan kerapian ruangan dimana dapat merangsang emosi pelanggan dan membuat pelanggan merasa pembelian produk dan layanannya nyaman. Suasana Cafe menurut (Banat & Wandebori, 2012) terdiri dari 7 yaitu kebersihan, musik, pengharum ruangan, suhu ruangan, pencahayaan, warna, dan tata letak/layout ruangan.
3. Lokasi, Lokasi sangat penting bagi pelayanan untuk kebersihan karena berkaitan dengan potensi kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2019). Kebersihan lokasi dengan disediakan tempat sampah memudahkan pelanggan dalam menjaga kebersihan cafe (Lie et al., 2021).
4. Kualitas Pelayanan Kualitas Pelayanan adalah semua kegiatan ekonomi yang hasilnya bukan produk fisik, yang biasanya dikonsumsi bersamaan dan dihasilkan dan memberikan nilai tambahan (Lupiyoadi, 2013). Menurut (Parasuraman & Berry, 1990) membagi Kualitas Pelayanan menjadi 4 yaitu keandalan, kesadaran, kepedulian, kesesuaian layanan.



Gambar 1. Model Penelitian

H1: Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

H2: Suasana Cafe berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan

H3: Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan

H4: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif dengan metode survei, Menurut (Roflin et al., 2021), survei adalah pendekatan penelitian kuantitatif untuk pengumpulan data tentang perilaku hubungan variabel dan mengevaluasi berbagai hipotesis yang dibuat tentang populasi pada sampel tertentu. Biasanya, Hasil survei dapat digeneralisasikan. Karena populasi penelitian adalah pelanggan Chill Cafe Tumpang, sampel penelitian berjumlah sembilan puluh responden, dengan probabilitas sampling. pengumpulan data, peneliti menyebarkan kuesioner dan data perusahaan tentang jumlah pelanggan kafe bulanan. Untuk menganalisis data, menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda sebagai alat bantu SPSS (Priyastama, 2017).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.843	0.2072	Valid
		Y.2	0.839	0.2072	Valid
		Y.3	0.828	0.2072	Valid
		Y.4	0.803	0.2072	Valid
2	Suasana Cafe (X1)	X1.1	0.776	0.2072	Valid
		X1.2	0.763	0.2072	Valid
		X1.3	0.810	0.2072	Valid
		X1.4	0.862	0.2072	Valid
		X1.5	0.799	0.2072	Valid
		X1.6	0.863	0.2072	Valid
		X1.7	0.846	0.2072	Valid
3	Lokasi (X2)	X2.1	0.812	0.2072	Valid
		X2.2	0.867	0.2072	Valid
		X2.3	0.917	0.2072	Valid
4	Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0.907	0.2072	Valid
		X3.2	0.880	0.2072	Valid
		X3.3	0.915	0.2072	Valid
		X3.4	0.842	0.2072	Valid

Sumber : Data Uji Validitas Diolah (2023)

Berdasarkan data tabel 1, dari total 90 responden pada item variabel nilai R tabel sebesar 0,2072 dan nilai signifikansinya 5%, nilai R hitung variabel Suasana Cafe (XI), Lokasi (2). Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y), dengan nilai R hitung lebih besar R tabel maka hasil valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Croanbach Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,847	Reliabel
Suasana Cafe (X1)	0,915	Reliabel
Lokasi (X2)	0,833	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,909	Reliabel

Sumber : Data Uji Reliabilitas Diolah (2023)

Berdasarkan data dari tabel 2, menunjukkan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa penelitian itu lolos dan dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	14.89821655
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.646
Asymp. Sig. (2-tailed)		.799
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Data Uji Normalitas Diolah (2023)

Seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 3, nilai Asymp. Sig 0.799 lebih besar dari 0,05 (5%), menunjukkan bahwa data saat ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Suasana Cafe (X1)	.981	1.019
	Lokasi (X2)	.984	1.016
	Kualitas Pelayanan (X3)	.990	1.010

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Uji Multikolinieritas Diolah (2023)

Berdasarkan data tabel 4, menunjukkan bahwa nilai toleransi lebih dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai X1 untuk nilai toleransi dan VIF adalah 0,981 dan 1,019, nilai X2 untuk nilai toleransi dan VIF adalah 0,984 dan 1,016, dan nilai X3 untuk nilai toleransi dan VIF adalah 0,990 dan 1,010. Oleh karena itu hasil uji dapat menganggap data berhasil.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.885	7.897		1.885	.063
	Suasana Cafe (X1)	-.503	.386	-.227	-1.304	.196
	Lokasi (X2)	.736	.741	.177	.994	.323
	Kualitas Pelayanan (X3)	.162	.447	.047	.363	.717

a. Dependent Variable: absresid

Sumber : Data Uji Heteroskedastisitas Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 lulus Uji Heteroskedastisitas, syaratnya adalah nilai signifikansi variabel lebih dari 0,05. Nilai variabel X1 adalah 0,196, X2 adalah 0,323, dan X3 adalah 0,717 ketika data diolah tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 6 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.952	1.426		2.071	.041
	Suasana Cafe (X1)	.180	.070	.299	2.588	.011
	Lokasi (X2)	.349	.134	.308	2.612	.011
	Kualitas Pelayanan (X3)	.254	.081	.267	3.145	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Analisis Regresi Linier Berganda Diolah (2023)

$$Y = 2,952 + 0,180 X1 + 0,349 X2 + 0,254 X3 + e$$

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda didapatkan model persamaan regresi dengan intepretasi sebagai berikut:

1. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) bernilai positif jika nilai Konstanta (a) bertanda positif, yang menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas tidak ada dalam model regresi.
2. Ada tanda positif pada koefisien regresi Suasana Kafe (X1), yang menunjukkan bahwa variabel Suasana Cafe (X1) akan meningkat jika variabel Kepuasan Pelanggan (Y) meningkat.
3. Tanda positif pada koefisien regresi lokasi (X2), yang berarti bahwa variabel lokasi (X2) akan meningkat jika variabel kepuasan pelanggan (Y) meningkat.
4. Adanya tanda positif pada koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X3), Ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat jika variabel Kualitas Pelayanan (X3) ditingkatkan.

Uji Hipotesis

1. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7 Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.878	3	101.959	37.891	.000 ^a
	Residual	231.411	86	2.691		
	Total	537.289	89			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Suasana Cafe (X1), Lokasi (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Uji F Diolah (2023)

Nilai signifikansi 0,000 ditemukan di tabel 7 uji F. Ini menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan oleh tiga faktor yaitu Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan

2. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4. 12 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.952	1.426		2.071	.041
Suasana Cafe (X1)	.180	.070	.299	2.588	.011
Lokasi (X2)	.349	.134	.308	2.612	.011
Kualitas Pelayanan (X3)	.254	.081	.267	3.145	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Uji t diolah (2023)

Hasilnya pada tabel 8 Uji t adalah sebagai berikut:

1. Karena hasil nilai signifikansi 0,011 kurang dari 0.05, Variabel Suasana Cafe (X1) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Lokasi (X2) Variabel ini memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi 0,011 kurang dari 0.05.
3. Karena nilai signifikansi 0.002 kurang dari 0.05, Variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.569	.554	1.640

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Suasana Cafe (X1), Lokasi (X2)

Sumber : Data Uji Koefisien Determinasi Diolah (2023)

Berdasarkan data tabel 9 menunjukkan bahwa Suasana Kafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi sebesar 55.4% terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan angka *Adjusted R (R square)* sebesar 0.554 atau sebesar 55.4%. Variabel yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 44.6%.

Pembahasan

1. Pengaruh Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Simultan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan di Chill Cafe Tumpang dipengaruhi secara bersamaan oleh Suasana Kafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan. Berdasarkan kriteria di atas, penelitian ini dapat diterima, artinya ada pengaruh dari variabel Suasana Kafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Chill Cafe

Tumpang. Menurut (Fandy, 2007) cara terbaik untuk mengetahui seberapa puas pelanggan adalah dengan melihat bagaimana produk dan layanan berfungsi saat mereka membeli barang atau jasa. Ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2019).

2. Pengaruh Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Suasana Kafe mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan. Hasil uji t parsial menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variabel Suasana Kafe dengan hasil berpengaruh secara parsial, sehingga hipotesis diterima. Suasana Cafe dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Chill Cafe Tumpang, semakin nyaman suasana cafe yang ada maka kepuasan pelanggan akan ikut meningkat, Menurut (Utami, 2010) suasana cafe adalah lingkungan yang ditata sedemikian rupa agar terlihat menarik. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rooroh et al., 2020) dan penelitian (Sholihah, 2020).

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial

Variabel lokasi memengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan, menurut hasil uji t parsial. Ini menunjukkan bahwa dengan hasil berpengaruh secara parsial, hipotesis dapat diterima. Lokasi yang memadai dan mudah dijangkau dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, semakin lokasi mudah diakses dan memadai maka kepuasan pelanggan akan ikut meningkat, Menurut (Fandy, 2007) mempertahankan dan berhasil memperoleh lokasi yang strategis maka memudahkan dan lebih efektif dalam aktivitas perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nurhalimah, Siti, Hasiholan, 2018) dan penelitian (Dewi et al., 2019) serta penelitian (Ramadhan & Mahargiono, 2020).

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial

Hasil Uji t parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan. Hasil ini menekankan bahwa tingkat signifikansi variabel Kualitas Pelayanan dengan hasil berpengaruh secara parsial sehingga Hipotesis diterima. maka semakin baik dan ramah layanan yang diberikan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Menurut (Lupiyoadi, 2013) kualitas pelayanan merupakan jasa yang diberikan dan hasil pelayanan yang baik akan menghasilkan nilai tambah saat pelayanan diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sholihah, 2020) dan penelitian (Dewi et al., 2019) serta penelitian (Rooroh et al., 2020).

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, berdasarkan analisis data dan pembahasan di atas, variabel Suasana Kafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan memengaruhi Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang secara bersamaan; variabel Suasana Kafe memengaruhi Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang secara parsial; dan variabel Kualitas Pelayanan memengaruhi Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang secara Parsial. Selain itu, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan di Chill Cafe Tumpang. Akibatnya, hasilnya hanya dapat digunakan untuk Chill Cafe Tumpang. Karena jawaban responden hanya berfokus pada pernyataan yang ada, data yang mereka peroleh tidak dapat memberikan informasi lebih lanjut. Karena keterbatasan waktu dan tenaga peneliti, variabel lain selain suasana kafe, lokasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan tidak dapat dibahas secara lebih rinci. Untuk alasan ini, sebagai peneliti, saya mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat untuk membantu saya memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini.

Referensi

- Banat, A., & Wandebori, H. S. T. (2012). Store design and store atmosphere effect on customer sales per visit economics. *Management and Behavioral Sciences*, 84–89.
- Dewi, P. V. A., Agung, P., & Prayoga, M. S. (2019). pengaruh store atmosphere, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada Dreamblack Coffee). *Jurnal Manajemen*, 6, 1–15.
- Fandy, T. (2007). Strategi Pemasaran, edisi kedua. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.

- Kotler, P., & Keller, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta. *PT Gelora Aksara Pratama*.
- Lie, D., Butarbutar, M., Simatupang, S., Efendi, E., Damanik, H. A., & Silaen, M. F. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(2), 32. <https://doi.org/10.37403/strategic.v1i2.19>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Berbasis Kompetensi (Ke-3)*. *Salemba Empat*.
- Nurhalimah, SITI, Leonardo Budi Hasiholan, dan C. H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran). *Journal of Management*, 4(4), 1–15.
- Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.
- Priyastama, R. (2017). *Buku sakti kuasai spss, pengolahan data & analisis data*.
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 9(5), 2. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
- Roflin, E., Liberti, I. A., & Pariyana. (2021). pengertian Survei menurut Sugiyono 2018. *Eprints.Walisongo.Ac.Id*, 11. <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/3069/>
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 750–756.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel* (edisi 2). Jakarta: *Salemba Empat*.

Fitri Dhea Sari*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Ridwan Basalamah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Tri Sugiarti Ramadhan ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma