

Pengaruh *Live Music*, Varian Menu Dan Atmosfer Terhadap Kepuasan Pengunjung Cafe Amstirdam Di Jl. Soekarno Hatta Kota Malang

Moh Andy Pamungkas *)

Nur Hidayati**)

Restu Millaningtyas ***)

Email : 22101081148@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

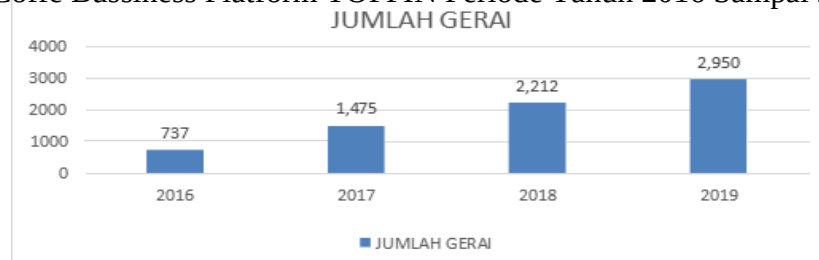
Coffee-based culinary delights have a unique appeal in Indonesia. The purpose of this study was to analyze the influence of live music, menu variety, and atmosphere on customer satisfaction at Cafe Amsterdam in Malang City. The location of this study was Amstirdam Coffee. Amstirdam Coffee itself has four branches in Malang City, one of which is Amstirdam Suhat, located at Ruko Soekarno Hatta Indah, No. D18, Jl. Mojolangu, Lowokwaru District, Malang City, East Java. The study used an explanatory method. The visitor population at Cafe Amsterdam in Malang City used the Hair formula to determine a sample of 95 consumers. The results of the study simultaneously examined the variables of Live Music, Menu Variety, and Atmosphere on Customer Satisfaction at Cafe Amsterdam in Malang City. Partially, Live Music, Menu Variety, and Atmosphere have a significant positive effect on customer satisfaction at Cafe Amsterdam, which is able to adapt to customer preferences.

Keywords: *Live Music, Menu Variety, Atmosphere, Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Kuliner di bidang olahan kopi memiliki daya tarik tersendiri di Indonesia, berdasarkan data terbaru oleh Kompas (2024), nilai pasar kedai kopi berdasarkan lebih dari 4.000 Cafe yang tersebar di Indonesia, mengalami peningkatan lebih dari 50% di bandingkan tahun 2023, dan nilai tersebut mencapai 11,1 miliar (Kompas, 2024), yang mana dikarenakan bisnis ini sangat menjanjikan dan jumlahnya yang berkembang dan semakin meningkat, maka tentunya mempengaruhi daya saing antar Cafe, dan hal kedai kopi atau Cafe merupakan sektor bisnis yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, berdasarkan hasil riset *Coffe Bussiness Platform TOFFIN* menyebutkan bahwa:

Tabel 1 : Coffe Bussiness Platform TOFFIN Periode Tahun 2016 Sampai 2019



Sumber: Data sekunder diolah pada tahun 2025

Berdasarkan keberadaan kedai kopi di Indonesia pada tahun 2019 yang mencapai 2.950 gerai dan angka tersebut apabila dianalisa, telah diketahui bahwa keberadaan kedai kopi di Indonesia mengalami peningkatan hampir tiga kali lipat dari tahun 2016 (Dahwilani, 2019). Mengindikasikan bahwa industri kedai kopi layak mendapatkan sorotan untuk diteliti sebagai bentuk upaya dalam mewujudkan keberlanjutan bisnis di Indonesia. ini menciptakan adanya para Cafe untuk menciptakan strategi yang relevan dalam memuaskan pengunjung agar kembali lagi datang ke Cafe. Tren tingginya

pertumbuhan bisnis Cafe turut terjadi di Kota Malang. Berdasarkan data yang diperoleh melalui Radar Malang (2024), diketahui bahwa selama 3 pekan di awal tahun 2024 lalu, sudah terdapat 48 pelaku usaha baru yang ditilik dari pembaharuan pendaftaran wajib pajak, dan sebagian besar dari mereka didominasi oleh keberadaan Cafe yang menembus angka 155 Miliar rupiah, dan menurut keterangan Asosiasi Pengusaha Cafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Kota Malang, keberadaan Cafe-Cafe ini telah turut menjadi identitas daya tarik wisata warga lokal Malang dan juga di luar Malang (Radar Malang, 2024).

Pertumbuhan Cafe di Kota Malang menempati kawasan pendidikan seperti Kecamatan Lowokwaru dan Kecamatan Klojen, yang mana penyebaran tersebut berfokus pada segmentasi para mahasiswa dan para pekerja, yang mana karakteristik kedudukan para Cafe ini memiliki perbedaan penonjolan daya tarik konsumen menentukan preferensi cafe berdasarkan menu minuman dan makanan, harga, hingga desain interior dan pemandangan sekitar Cafe (Lestari & Safitri, 2025).

Cafe yang ada di Kota Malang, maka strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk melancarkan keberlangsungan usaha. Strategi pemasaran menurut Kotler (2017:45) adalah cara atau tindakan dari sebuah industri untuk menciptakan promosi dan juga pembeda dari industri yang satu dan lainnya. Dimana apabila ditelaah, panduan strategi pemasaran berupa produk, harga, saluran, dan promosi tersebut yakni semata-mata diciptakan untuk memuaskan para konsumen sasaran atau menghasilkan tanggapan yang diinginkan oleh perusahaan atau sebuah industri. strategi merupakan langkah- langkah yang dipergunakan untuk menyesuaikan produk dengan karakteristik pasar atau konsumen (Yuliana, 2022). Karakteristik dari varian produk harus benar-benar sesuai dengan keinginan, kebutuhan, serta kemampuan jangkauan pasar (Nico Chrisnaya, Agus Rahman Alamsyah, 2023). Apabila diimplementasikan, daya tarik dan strategi usaha yang dimiliki oleh kedai kopi, semata-mata ditujukan untuk menjangkau kepuasan pengunjung, yang nantinya menjadi pelanggan secara tetap, maka dapat meminimalisir dampak dari persaingan banyaknya Cafe serupa, yang mana strategi tersebut dapat dilakukan dengan menyesuaikan karakteristik konsumen yang dituju. Salah satu Cafe di Kecamatan Lowokwaru yang layak mendapatkan perhatian yakni Cafe Amstirdam (Putra, 2021). Amstirdam merupakan salah satu *roastery-cafe* yang memproduksi minuman kopi dengan melibatkan para petani lokal sebagai suplier utama. Amstirdam merupakan Cafe yang berdiri di Malang sejak tahun 2018, yang mana nama Amstirdam sendiri terinspirasi dari potensi biji kopi Dampit yang tersebar di Kecamatan Ampelgading, Tirtoyudo, dan Sumbermanjing Wetan, dan Dampit, yang mana wilayah ini mencetuskan istilah "Amstirdam" dalam dunia perkopian Malang. Mengetahui bahwa mahasiswa sangat mendominasi sebagai pengunjung Cafe, maka hal tersebut dapat memberikan keunikan dan kelayakan kedai kopi ini untuk dijadikan sasaran penelitian.

Selama peneliti melakukan studi pendahuluan secara observasi, hal pertama yang menarik perhatian peneliti adalah intensitas pengunjung yang datang setiap hari selalu ramai terutama pada saat malam hari, walau pun Cafe tidak mengadakan promosi seperti diskon atau kolaborasi acara dengan produk, atau *brand* lain. Selain menu yang variatif, Amstirdam memiliki atmosfer kedai kopi yang membuat para pengunjung betah, terutama dengan adanya pembagian area *indoor* dan *outdoor*. Cafe Amstirdam yang buka dari jam 09:00 hingga 22:00 ini, mayoritas pengunjungnya yakni para mahasiswa dan pekerja yang berada di sekitar area Borobudur-Malang. Menu utama yang menjadi sorotan di kedai kopi ini yaitu *espresso*, *hot americano*, *cappucino*, *picollo*, *brown latte*, dan kopi susu amstirdam serta moka hot, selain itu, Amstirdam juga memiliki menu *manual brew* atau seduhan manual yang terdiri dari kopi tubruk, filter, dan vietnam drip. Kemudian, kedai kopi ini juga memiliki menu minuman kekinian seperti *matcha*, *jelly leci*, *red velvet*, dll. Selain minuman, varian menu lainnya juga diisi dengan snack seperti kentang goreng, donat, dan kue, serta jajanan lainnya.

Di samping itu, hal yang turut menjadi sorotan selama peneliti melakukan observasi yakni, adanya *live music* setiap malam minggu dan di malam-malam tertentu menyesuaikan adanya kolaborasi dari para pelaku seni setempat, dimana *live music* ini juga turut menjadi atraksi tersendiri di cafe Amstirdam (Yuliana, 2022). Selain itu, Cafe ini terletak di area ruko Borobudur bagian pojok,

yang mana di area tersebut turut memberikan kesan *street-view* atau pemandangan jalanan ruko, dan atmosfer tempat nongkrong anak muda telah menjadi identitas yang melekat di Amstirdam. Cafe ini juga sangat membaur dengan para pedagang lokal lainnya, seperti para tukang bakso dan tukang mie ayam yang seringkali mangkir di muka Cafe. Para pengunjung Cafe Amstirdam dapat memakan bakso dan mie ayam tersebut di bangku Cafe, dan terlihat bahwa staff Cafe tidak memperlakukan hal tersebut. Atmosfer dan keramahan serta kemudahan akses Cafe tersebut, menjadikan para pengunjung merasa betah dan berkemungkinan untuk datang kembali.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Perilaku Konsumen

Menurut teori Solomon (2007), perilaku konsumen merupakan kajian yang menelaah alasan individu maupun kelompok dalam mengambil pilihan, melakukan pembelian, menggunakan serta berhenti menggunakan suatu produk, layanan, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang. Proses pengambilan keputusan tidak terjadi begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh enam faktor penting. Pertama, lingkungan sosial dan fisik di sekitar kita turut membentuk pilihan yang kita ambil. Kedua, faktor waktu juga berperan karena keputusan yang diambil di pagi hari mungkin berbeda dengan yang diambil di malam hari. Ketiga, pengalaman masa lalu atau faktor anteseden mempengaruhi cara kita memutuskan sesuatu berdasarkan apa yang pernah kita alami sebelumnya. Keempat, karakteristik pribadi seperti kepribadian, nilai, dan preferensi individu sangat menentukan jenis keputusan yang diambil. Kelima, objek atau rangsangan yang menjadi fokus keputusan itu sendiri akan mempengaruhi proses pemilihan. Terakhir, situasi atau kondisi tertentu saat keputusan harus dibuat juga menjadi pertimbangan penting dalam menentukan pilihan akhir.

Kepuasan Pengunjung

Pada industri *Food dan Beverages* (FnB) seperti industri Cafe, membutuhkan adanya variabel utama yang mengindikasikan industri tersebut dapat berjalan sesuai dengan keinginan para konsumen. Kepuasan pengunjung merupakan hal krusial bagi perkembangan industri kreatif seperti Cafe.

Pertunjukan musik (*live music*)

Pertunjukan musik atau *live music* seringkali ditemui di Cafe-Cafe untuk turut meramaikan suasana Cafe, dimana melalui alunan lagu yang dibawakan, hingga keberadaan panggung beserta penyanyi yang dapat menjadi arena cuci mata para pelanggan, membuat keberadaan pertunjukan musik sangat penting dalam industri bisnis Cafe.

Menurut teori oleh Cohen (2012,156), mendefinisikan bahwa *live music* atau pertunjukan musik yakni sebuah atraksi yang menyatukan acara musisi seni, dan penonton pada satu tempat, satu waktu, yang mana dalam pelaksanaannya yaitu didukung oleh kinerja vokal dan instrumen teknologi maupun rekaman musik (Tamara Asmara, IGN Anom Maruta, 2021). Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pertunjukan musik merupakan sebuah atraksi yang dapat menciptakan daya tarik antara seni dan panggung terhadap audiens atau penonton dalam satu ruang. Keberadaan aspek seni yang ada pada *live music*, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan industri ekonomi kreatif, seperti industri para kedai kopi atau Cafe.

Varian Menu

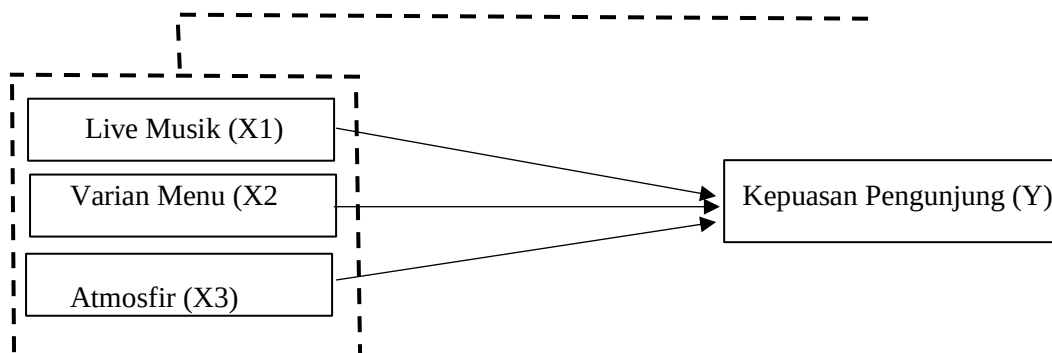
Pada penatalaksanaan bisnis industri Cafe, keberadaan variasi atau ragam menu dapat membuat para pengunjung mengetahui ciri khas dari industri Cafe tersebut, kaitannya sebagai pembeda dengan para Cafe lainnya. Varian Cafe ini juga mengindikasikan adanya komitmen industri Cafe dalam melayani para pengunjung dengan menyediakan makanan serta minuman yang membuat pengunjung puas.

Varian menu menurut G. Amalia Tondang, Muhammad La. Nasution, (2023) yaitu semua jenis pilihan yang ditawarkan seorang penyedia produk dan jasa untuk dapat dimiliki oleh seorang konsumen. Keberanekaragaman menu menambah preferensi dan selera yang berbeda-beda dari segmentasi konsumen, sehingga varian menu sangat penting dalam kehidupan industri kreatif seperti restoran dan Cafe (Sihombing & Arifin, 2021).

Varian menu yakni terkait pilihan dari produsen untuk dapat dijual dan dimiliki oleh seorang konsumen, yang mana semakin beragam maka semakin bagus karena dapat menyasar perbedaan selera dari para segmentasi konsumen yang ada. Dimana apabila diimplementasikan menurut keberadaan kedai kopi Amstirdam, terdapat varian menu *espresso base* atau dasar kopi, *manual brew* atau seduhan manual, dan kopi kekinian, yang mana varian menu ini ditujukan untuk semua penikmat kopi dalam setiap selernya.

Atmosfer Cafe

Atmosfer Cafe menurut Annang et al., (2024) merupakan hal yang penting untuk menciptakan *mood* atau suasana hati yang baik dari para konsumen, dimana hal ini nantinya akan menyasar adanya pengalaman yang memuaskan dari para konsumen terhadap Cafe yang mereka kunjungi. Atmosfer Cafe menurut Sihombing & Arifin, (2021), menyebutkan bahwa atmosfer Cafe atau suasana Cafe merupakan suasana yang diciptakan oleh produsen Cafe atau pemasar dalam memberikan nilai, kesenangan, sukacita, serta kepuasan pengunjung saat mereka memiliki pengalaman pembelian Suasana Cafe atau atmosfer ini dapat mendukung bagaimana sebuah Cafe dicitrakan oleh para pengunjungnya, contohnya yakni adanya desain interior yang menarik, tumbuh-tumbuhan yang menyejukkan mata, tatanan dan dekorasi tempat serta bangku pengunjung yang nyaman, hingga penataan *front/area* kasir, dan dapur turut menjadi aspek yang dapat mengisi pentingnya diciptakannya atmosfer Cafe



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis diajukan dengan tujuan untuk memberikan arah dan pedoman bagi penelitian yang akan dilakukan. Jika ternyata hipotesis tidak terbukti dan berarti salah, maka masalahnya adalah dapat diselesaikan dengan kebenaran yang ditetapkan atas dasar keputusan berhasil dieksekusi sejauh ini.

- H1 : *Live music*, menu varian, dan atmosfer Cafe berpengaruh secara simultan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
- H2 : *Live music* berpengaruh secara parsial signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian pendukung: (Muhammad, 2024), (Amelia, 2022), (Tamara, 2021).
- H3 : Menu varian berpengaruh secara parsial signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian pendukung: (May, 2024), (Anisa, 2023)
- H4 : Atmosfer Cafe berpengaruh secara parsial signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian pendukung: (Muhammad, 2024), (May, 2024), (Anisa, 2023), (Hendri, 2023).

Metode Penelitian Sebagaimana tujuan penelitian ini, pada intinya adalah untuk mengetahui pengaruh *Live Music*, varian menu, dan atmosfer Cafe. Dengan demikian jenis penelitian ini termasuk penelitian penjelasan (*explanatory research*).

Hasil Penelitian Dan Adapun tahapan uji di jelaskan sebagai berikut:

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

VARIABEL	ITEM	RHITUNG	RTABEL	KETERANGAN
Kepuasan Pengunjung	Y1	0.407	0.196	Valid
	Y2	0.489	0.196	Valid
	Y3	0.498	0.196	Valid
	Y4	0.311	0.196	Valid
	Y5	0.714	0.196	Valid
Live Music	X1.1	0.658	0.196	Valid
	X1.2	0.638	0.196	Valid
	X1.3	0.599	0.196	Valid
	X1.4	0.613	0.196	Valid
	X1.5	0.704	0.196	Valid
Varian Menu	X2.1	0.643	0.196	Valid
	X2.2	0.636	0.196	Valid
	X2.3	0.847	0.196	Valid
	X2.4	0.797	0.196	Valid
	X2.5	0.858	0.196	Valid
Atmosfer Cafe	X3.1	0.591	0.196	Valid
	X3.2	0.752	0.196	Valid
	X3.3	0.640	0.196	Valid
	X3.4	0.752	0.196	Valid

Sumber : Data Primer Diolah Pada 2025

Berdasarkan pada table 4.7 hasil uji validitas di atas, terdapat 19 item pertanyaan. Dari hasil analisis dengan menggunakan *SPSS 22*, diketahui bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid karena mempunyai nilai rhitung lebih besar dari rtabel (0.196). dengan hasil tersebut maka penelitian ini bias dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Kepuasan Pengunjung	0.717	Reliabel
2	Live Music	0.643	Reliabel
3	Varian Menu	0.816	Reliabel
4	Atmosfer Cafe	0.624	Reliabel

Sumber: Olah data, 2025

Dari hasil analisis dengan menggunakan *SPSS 22*, diketahui bahwa semua item pertanyaan dinyatakan reliabel karena pada masing-masing variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* > dari 0.60, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep yang diukur pada masing-masing variabel yang terdapat dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengkonfirmasi bahwa model regresi yang melibatkan variabel prediktor dan variabel respons memenuhi asumsi distribusi normal.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	84898418
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.073
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.188 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Olah data, 2025

Berdasarkan dari hasil uji normalitas yang tertera pada tabel 4.9 di atas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* terdapat bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0.188 yang berarti lebih besar dari 0.05, sehingga data pada penelitian ini dinyatakan terdistribusi secara normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.797	1.052		.758	.450		
	X1	.421	.071	.479	5.390	.000	.281	3.556
	X2	.271	.065	.353	4.166	.000	.256	3.902
	X3	.178	.059	.163	3.015	.003	.628	1.591
a. Dependent Variable: Y								

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data, 2025

Berdasarkan dari hasil uji multikolinearitas pada table 4.10 di atas, diperoleh nilai tolerance variabel *live music* $0.281 > 0.10$, variabel varian menu $0.256 > 0.10$, dan variabel atmosfer Cafe sebesar $0.628 > 0.10$. Untuk nilai VIF pada table di atas menunjukkan bahwa pada variabel *live music* $3.556 < 10$, variabel varian menu $3.902 < 10$, dan variabel atmosfer Cafe sebesar $1.591 < 10$. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada pengujian data ini.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.015	.608		3.316	.001
	X1	-.012	.041	-.052	-.288	.774
	X2	.037	.038	-.186	-.981	.329
	X3	-.114	.034	-.406	-3.361	.000

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Olah data, 2025

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.11 merupakan hasil uji heteroskedastisitas. Diperoleh nilai sig X1 (0.774), X2 (0.329) dan X3 (0.100). Yang artinya nilai sig dari variabel-variabel tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari *Live Music* (X1), Varian Menu (X2) dan Atmosfer Cafe (X3) tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.797	1.052		.758	.450
X1	.421	.071	.479	5.930	.000
X2	.271	.065	.353	4.166	.000
X3	.178	.059	.163	3.015	.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data, 2025

Berdasarkan nilai yang terdapat dalam tabel 4.12 maka dapat diketahui persamaan linear berganda pada penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0.797 + 0.421X_1 + 0.271X_2 + 0.178X_3 + e$$

Dimana:

- Y : Kepuasan Pengunjung
 b : Konstanta
 b₁ b₂ : Koefisien masing-masing faktor (variabel bebas)
 X₁ : *Live Music*
 X₂ : Varian Menu
 X₃ : Atmosfer Cafe
 e : Variabel Pengganggu

Berdasarkan hasil regresi linear berganda tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Konstanta (a) sebesar 0.797, hal ini menunjukkan bahwa apabila *Live Music* (X₁), Varian Menu (X₂) dan Atmosfer Cafe (X₃) diasumsikan dengan nilai 0 (nol), maka besarnya variabel Keputusan Pengunjung (Y) sebesar 0.797.
- Koefisien regresi variabel *Live Music* (X₁) sebesar 0.421, artinya bahwa setiap peningkatan 1 satuan *Live Music* (X₁), maka akan meningkatkan Kepuasan Pengunjung (Y) sebesar 0.421 satuan atau sebaliknya.
- Koefisien regresi variabel Varian Menu (X₂) sebesar 0.271, artinya bahwa setiap peningkatan 1 satuan variabel Varian Menu (X₂), maka akan meningkatkan Kepuasan Pengunjung (Y) sebesar 0.271 satuan atau sebaliknya.

Koefisien regresi variabel Atmosfer Cafe (X₃) sebesar 0.178, artinya bahwa setiap peningkatan 1 satuan variabel Atmosfer Cafe (X₃), maka akan meningkatkan Kepuasan Pengunjung (Y) sebesar 0.178 satuan atau sebaliknya

Uji Hipotesis**Uji F (Simultan)****Tabel 4.13 Hasil Uji F**

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	332.833	3	110.944	149.260	.000 ^b
Residual	71.537	96	.743		
Total	404.190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

Sumber: Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.13, diperoleh signifikansi sebesar (0.000). Yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Live Music* (X₁), Varian Menu (X₂) dan Atmosfer Cafe (X₃) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

Uji t (Parsial)

Tabel 4.14 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.797	1.052		.758	.450
X1	.421	.071	.479	5.930	.000
X2	.271	.065	.353	4.166	.000
X3	.178	.059	.163	3.015	.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.14, pada variabel *Live Music* (X1) diperoleh nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Live Music* (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Daterminasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	.823	.818	0.86215

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan pada table 4.15 di atas, didapatkan nilai dari *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0.823 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 82.3%.

Implikasi dan Hasil Penelitian

Pengaruh *Live music*, Varian menu, Dan Atmosfer Cafe terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel *live music* (X1), Varian Menu (X2) dan Atmosfer Cafe (X3) memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi (Sig.) < 0.05 , sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil ini juga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pada variabel *live music* (X1), Varian Menu (X2) dan Atmosfer Cafe (X3) secara serentak akan berdampak positif terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dan pengalaman pengunjung saat berada di Cafe. Oleh karena itu, pengelola Cafe perlu memperhatikan dan mengelola faktor-faktor tersebut secara terpadu untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh *live music* terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Live Music* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung(Y), sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini berarti bahwa konsumen merasa puas berada di Cafe Amstirdam karena adanya *live music* dimana lagu sesuai dengan selera pengunjung diberi kesempatan untuk request lagu pilihan, pengunjung akhirnya lebih percaya diri saat berkunjung di Cafe Amstirdam. Cafe Amstirdam pengunjung lebih banyak laik-laki daripada perempuan dimana laki-laki menyukai aktivitas nongkrong santai sambil menikmati musik serta lingkungan Cafe yang nyaman untuk berkumpul dan interaksi sosial juga dapat menjadi alasan mengapa laki-laki lebih banyak memilih Cafe ini sebagai tempat bersantai.

Selain itu, usia pengunjung yang paling banyak 20-29 tahun karena usia ini cenderung lebih aktif dalam mencari tempat nongkrong, menikmati hiburan seperti live music, serta memiliki minat lebih tinggi terhadap Cafe dengan konsep estetik dan tematik seperti Cafe Amstirdam. Selain itu, usia 20–29 tahun umumnya merupakan kelompok yang sudah memiliki kemandirian finansial, sehingga lebih sering melakukan aktivitas makan di luar dan berkumpul bersama teman.

Pengaruh Varian menu Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Varian Menu (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik variasi menu yang ditawarkan (X2), maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung (Y) di Cafe Amstirdam.

Hal ini dapat terjadi karena pengunjung cenderung merasa lebih puas ketika Cafe menyediakan pilihan menu yang beragam, berkualitas, dan sesuai dengan preferensi mereka. Selain itu, keberagaman menu juga menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan tidak monoton, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepuasan selama berada di Cafe. Dengan tersedianya banyak pilihan, pengunjung merasa lebih dihargai dan memperoleh nilai lebih dari kunjungannya, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kusumaningrum et al., 2023; Simamora, 2024; Sihombing & Arifin, 2021) Dimana semakin lengkap dan menarik varian menu yang ditawarkan, semakin besar peluang pelanggan untuk merasa puas dengan pengalaman makannya.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pengelola tempat makan perlu terus berinovasi dalam penyediaan varian menu yang menarik dan sesuai tren agar mampu mempertahankan kepuasan sekaligus meningkatkan minat kunjungan ulang pengunjung.

Pengaruh Atmosfer Cafe Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Atmosfer Cafe (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y), sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Hal ini menandakan bahwa suasana atau atmosfer yang diciptakan oleh Cafe, baik dari segi tata ruang, pencahayaan, kebersihan, aroma maupun kenyamanan tempat duduk, memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman positif bagi pengunjung. Atmosfer yang menyenangkan mampu menimbulkan perasaan rileks dan nyaman sehingga pengunjung dapat menikmati waktu mereka dengan lebih baik. Dengan demikian, semakin baik kualitas atmosfer Cafe yang dirasakan pengunjung, maka tingkat kepuasan mereka juga akan semakin meningkat.

Dalam konteks Cafe, atmosfer menjadi salah satu elemen penting yang memengaruhi kepuasan karena dapat membentuk kesan pertama dan menciptakan pengalaman emosional yang menyenangkan. Hasil penelitian ini mendukung temuan Annang et al., (2024) atmosfer Cafe yang menarik dan nyaman menjadi faktor utama yang membedakan suatu Cafe dengan pesaingnya, serta meningkatkan kepuasan pelanggan pada Resto Amber Lombok. atmosfer Cafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan *live music* dan atmosfer Cafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Tamara Asmara, IGN Anom Maruta, 2021). Selain itu, Saputra, (2023) menegaskan bahwa faktor atmosfer, seperti pencahayaan hangat dan musik lembut, berperan besar dalam membangun mood positif pengunjung sehingga menimbulkan rasa puas terhadap pengalaman berkunjung. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa atmosfer Cafe merupakan elemen strategis yang perlu diperhatikan oleh pengelola untuk menciptakan kepuasan pelanggan sekaligus mendorong niat kunjungan ulang

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Live Music*, Varian Menu dan Atmosfer terhadap Kepuasan Pengunjung Cafe Amstirdam di Jl. Soekarno Hatta Kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *Live Music*, Varian Menu, dan Atmosfer terhadap Kepuasan Pengunjung Cafe Amstirdam di Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu meningkatkan kepuasan pengunjung. Keberadaan *live music* yang menarik, variasi menu yang beragam, serta atmosfer Cafe yang

nyaman menciptakan pengalaman positif yang menyeluruh, sehingga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

2. *Live music* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Artinya, keberadaan musik live di Cafe Amstirdam mampu menyesuaikan dengan selera pengunjung suasana yang lebih hidup, menarik, dan menyenangkan bagi pengunjung. Musik yang disajikan secara langsung memberikan nilai hiburan dan pengalaman emosional yang positif, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepuasan selama berada di Cafe.
3. Varian Menu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. yang bermakna bahwa amstirdam menjaga ketersediaan menu yang ada pada cafe diantara salah satu yang akan meningkatkan makanan dan minuman yang selalu tersedia.
4. Atmosfer Cafe berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil ini menunjukkan bahwa suasana Cafe, berperan penting dalam menciptakan kenyamanan serta pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Semakin baik atmosfer yang tercipta, semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Keterbatasan

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian yaitu:

- a. Ruang lingkup penelitian terbatas pada satu objek, yaitu Cafe Amstirdam di Jl. Soekarno Hatta Kota Malang. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasikan untuk seluruh Cafe atau restoran di wilayah lain yang memiliki karakteristik dan segmen pasar berbeda.
- b. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, sehingga hasil analisis mungkin belum sepenuhnya mewakili keseluruhan populasi pengunjung Cafe Amstirdam. Penelitian berikutnya disarankan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih besar agar memperoleh hasil yang lebih akurat dan representatif.

Variabel yang diteliti hanya mencakup *live music* , Varian Menu, dan Atmosfer Cafe, sedangkan faktor lain seperti harga, pelayanan, lokasi, dan promosi juga berpotensi memengaruhi kepuasan pengunjung namun belum dimasukkan dalam model penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala persepsi responden, sehingga terdapat kemungkinan bias subjektivitas dalam pengisian jawaban. Penelitian mendatang dapat menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) dengan wawancara atau observasi langsung untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam

Saran

- a. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk memperhatikan berikut ini: Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa variabel *Live music*, Varian Menu, dan Atmosfer Cafe mampu menjelaskan sebagian variasi dari Kepuasan Pengunjung, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengunjung, seperti kualitas pelayanan, harga, lokasi, promosi, maupun loyalitas pelanggan, agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, peneliti berikutnya juga dapat memperluas objek penelitian ke beberapa Cafe lain di wilayah berbeda serta menggunakan metode penelitian campuran (*mixed methods*) untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam dan representatif.
- b. Bagi pihak pengelola Cafe Amstirdam, disarankan untuk terus memperhatikan dan meningkatkan tiga variabel utama yang telah terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, yaitu *Live Music*, Varian Menu, dan Atmosfer Cafe. Dalam aspek *live music*, pengelola dapat memperbaiki kualitas suara, menyesuaikan genre musik dengan preferensi pengunjung, serta menjadwalkan pertunjukan secara konsisten untuk menciptakan suasana yang menyenangkan.

Pada aspek varian menu, pengelola dapat memperkaya pilihan makanan dan minuman dengan menghadirkan inovasi rasa serta menu musiman agar tetap menarik bagi pelanggan. Sementara itu, dalam hal atmosfer Cafe, perlu dilakukan peningkatan kenyamanan dan estetika ruang, termasuk perluasan area parkir untuk memberikan kemudahan bagi pengunjung. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, diharapkan tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap Cafe Amstirdam dapat terus meningkat

Referensi

- Annang, M., Roziq, F., Suyatno, A., & Rahmawati, E. D. (2024). *Analisis Dampak Live Music Dan Atmosfer Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Legi Pait Surakarta*. 1(3).
- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan : kualitas produk , kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management)*. 1(1), 135–145.
- Dahwilani, D. M. (2019). *Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia*.
- G. Amalia Tondang, Muhammad La. Nasution, B. D. (2023). Pengaruh Suasana Cafe , Harga , Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus : Dbest Cafe Tuamang). *Syarikat*, 6(Ekonomi Syariah), 15–26.
- Kotller. (2017). *Marketing*.
- Kusumaningrum, A. P., Pradini, G., & Eranti, A. D. (2023). *The Influence of Menu Variations , Prices , and Atmosphere of The Place on Consumer Satisfaction at Commonroom Coffee Cilandak*. 3(3), 804–815.
- Lestari, R. K., & Safitri, S. (2025). *Pengaruh Variasi Menu Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Er Coffee Pekanbaru*.
- Nico Chrisnaya, Agus Rahman Alamsyah, T. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aka Coffee Malang*. 4(2), 1–14.
- Putra, N. H. F. (2021). *Analisis Faktor Produksi Kopi Amstirdam Di Kecamatan Ampelgading, Sumbermanjing, Tirtoyudo, Dan Dampit, Malang*.
- Saputra, H. Y. (2023). *The Effect of Restaurant Atmosphere on Customer Satisfaction and The Effect of Customer Satisfaction on Repurchase Intention at Amber Resort Lombok Restaurant*. 2(2), 60–74.
- Sihombing, M. M., & Arifin, M. H. (2021). *Pengaruh Varian Menu , Harga , dan Suasana Cafe , Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin*. 1(1), 26–33.
- Simamora, M. R. (2024). Analisis Pengaruh Variasi Menu, Persepsi Harga Dan Atmosphere Cafe Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Brew Brother Coffee Kecamatan Tarutung Kabupaten Tapanuli Utara). *Ekobis:Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2).
- Tamara Asmara, IGN Anom Maruta, A. M. (2021). *Pertunjukan Live Music, Customer Experience, Cafe Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction Di Cafe Playgo Kota Sidoarjo*. 2(1), 100–107.
- Yuliana, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Minuman Kedai Kopi Square di Kota Bandar Lampung. *Sinomika Journal*, 1(3), 309–320. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.265>

Moh. Andy Pamungkas *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Nur Hidayati **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Restu Millaningtyas ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma