

PENGARUH SUASANA CAFE, KUALITAS PELAYANAN CAFE, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Dinda Novelina Ruagadi*

Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

dindanovelinaruagadi@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 23-11-2025

Tanggal Revisi : 24-11-2025

Tanggal Diterima : 25-11-2025

Abstract

This study analyzes the influence of cafe atmosphere, service quality, cafe price, and price on customer satisfaction. The method used was descriptive quantitative, with 40 respondents selected through purposive sampling. The research covered the variables of cafe atmosphere, cafe service quality, price, and customer satisfaction. The instrument was tested for validity and reliability. Data were collected through a questionnaire and analyzed using multiple linear regression, the classical assumption test, the simultaneous test (F test), the partial test (t test), and the coefficient of determination (R^2) of 0.871. This indicates that the independent variables, cafe atmosphere, cafe service quality, and price, explain 87.1% of the variation in the dependent variable, customer satisfaction. Meanwhile, the remaining 12.9% is influenced by other factors not examined in this study. The results indicate that cafe atmosphere, service quality, cafe price, and price have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Cafe Atmosphere, Cafe Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis suasana café, kualitas elayanan, café dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan 40 responden terpilih melalui purposive sampling penelitian mencakup variable suasana café, kualitas pelayanan kafe, harga dan kepuasan pelanggan. Instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji simultan (uji F), uji parsial (uji t), serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,871, yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu suasana cafe, kualitas pelayanan cafe, dan harga mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 87,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 12,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana café, kualitas elayanan, café dan haraga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Suasana Café, Kualitas Pelayanan Kafe, Harga, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha cafe di Indonesia juga didukung oleh perkembangan teknologi. Saat ini, banyak cafe dan coffee shop yang sudah menggunakan teknologi untuk mempermudah transaksi dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, cafe juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan bisnis mereka dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) di antaranya berupa restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,95 persen) masuk dalam kategori lainnya.

Sementara itu, Jawa Timur menempati posisi ke-3 dengan total 821 usaha kuliner. Diikuti Banten di posisi ke-4 dengan 539 usaha dan Riau di posisi ke-5 dengan 475 usaha kuliner yang berada di daerahnya. Jawa Tengah, Sumatra Selatan, Lampung, Sulawesi Selatan, dan DI Yogyakarta melengkapi daftar 10 besar provinsi dengan usaha kuliner terbanyak pada tahun 2020. Persaingan bisnis di industri cafe di Kediri semakin ketat seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha di bidang kuliner yang menawarkan produk dan layanan serupa. Lokasi yang strategis, konsep cafe yang menarik dan unik, harga yang sesuai dengan produk makanan dan minuman yang dijual, pelayanan yang baik dan hangat juga berpengaruh pada bisnis cafe tersebut.

kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk

tersebut [1]. Suasana cafe cukup membentuk kesan bagi pengunjung, suasana yang nyaman, dekorasi menarik, dan fasilitas yang dapat digunakan pasti akan membuat pelanggan betah untuk berlama-lama

Berdasarkan latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Cafe, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan demikian, penelitian kuantitatif mengenai pengaruh suasana cafe, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan sangat relevan untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dan berkontribusi dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola cafe dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei validitas dan realibilitas demikian, reliabilitas menjadi fondasi bagi kepercayaan terhadap data yang telah dikumpulkan [2], yang bertujuan untuk menganalisis suasana café, kualitas pelayanan, café dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini menekankan pada pengukuran variabel secara objektif serta pengujian hubungan antarvariabel menggunakan analisis statistik. Penelitian ini dilakukan di Cafe Luv Gold Kediri, sampel penelitian dengan purposive sampling, Teknik tersebut dipilih karena semua populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden dengan populasi seluruh pelanggan yang pernah berkunjung dan menggunakan jasa Cafe Luv Gold Kediri dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel *Suasana cafe* (X1), *kualitas pelayanan* (X2), *harga* (X3) dan, variabel kepuasan pelanggan (Y). Penyusunan kuesioner dilakukan dengan menggunakan skala pengukuran yang memungkinkan responden memberikan penilaian secara objektif terhadap setiap indikator yang diajukan.

Regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis [3], data terlebih dahulu diuji menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t), serta analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap kepuasan pelanggan. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS.

Penggunaan regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh masing-masing variabel independen, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis diharapkan mampu memberikan dasar empiris yang kuat dalam menjelaskan hubungan antarvariabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian. Data diperoleh dari 40 responden yang merupakan pelanggan café luv gold kediri. regresi linier berganda setelah memenuhi uji asumsi klasik. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mengukur secara objektif hubungan antarvariabel yang diteliti. Jumlah responden yang digunakan telah memenuhi kriteria kecukupan sampel untuk analisis regresi, sehingga hasil penelitian secara empiris dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebagai syarat utama sebelum analisis regresi linier berganda agar model yang digunakan menghasilkan estimasi yang tidak bias dan dapat diinterpretasikan secara valid.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.21216702
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.098
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.124	2.943		-1.062	.295		
	SUASANA CAFE	.307	.074	.404	4.134	.000	.375	2.665
	KUALITAS PELAYANAN CAFE	.352	.071	.515	4.973	.000	.335	2.986
	HARGA	.128	.070	.125	1.840	.074	.774	1.292

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada tabel koefisien, diketahui bahwa nilai *Standardized Beta* dan *Standard Error* pada variabel suasana cafe, kualitas pelayanan cafe, dan harga masing-masing berada di bawah 1. Selain itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada ketiga variabel tersebut juga berada di bawah 10, yaitu sebesar 2,665 untuk suasana cafe, 2,986 untuk kualitas pelayanan cafe, dan 1,292 untuk harga, dengan nilai *tolerance* di atas 0,10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan adalah nilai signifikansi, di mana apabila nilai Sig. lebih besar dari 0,05, maka model regresi dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 3. Uji Heteroskedasitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.231	1.981		.908
	SUASANA CAFE	.012	.050	.064	.809
	KUALITAS PELAYANAN CAFE	-.024	.048	-.141	.620
	HARGA	.062	.047	.244	.195

a. Dependent Variable: absres

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) pada variabel suasana cafe, kualitas pelayanan cafe, dan harga masing-masing sebesar 0,809; 0,620; dan 0,195, di mana seluruhnya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh koefisien regresi yang menunjukkan arah hubungan positif antara suasana café, kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan. Analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen, serta untuk melihat arah hubungan yang terbentuk dalam model penelitian.

Tabel 4. Koefisien Regresi

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-3.124	2.943		.295
	SUASANA CAFE	.307	.074	.404	.000
	KUALITAS PELAYANAN CAFE	.352	.071	.515	.000
	HARGA	.128	.070	.125	.074

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS 2025

Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa suasana café, kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan. Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi tertentu.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-3.124	2.943		.295
	SUASANA CAFE	.307	.074	.404	.000
	KUALITAS PELAYANAN CAFE	.352	.071	.515	.000
	HARGA	.128	.070	.125	.074

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS 2025

Hipotesis pertama, yaitu suasana cafe (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel suasana cafe memiliki nilai t hitung sebesar 4,134 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai t hitung tersebut lebih besar dari nilai t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang berarti suasana cafe berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis kedua, yaitu kualitas pelayanan cafe (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan cafe memiliki nilai t hitung sebesar 4,973 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan cafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis ketiga, yaitu harga (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar 1,840 dengan nilai signifikansi 0,074. Nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis ketiga ditolak, yang berarti harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji simultan menunjukkan suasana café, kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan Uji simultan digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi secara keseluruhan dan untuk memastikan bahwa seluruh variabel independen secara kolektif memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1286.746	3	428.915	80.905	.000 ^b
	Residual	190.854	36	5.301		
	Total	1477.600	39			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, SUASANA CAFE, KUALITAS PELAYANAN CAFE

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS 2025

Hasil uji hipotesis simultan (uji F) dalam penelitian ini berdasarkan tabel ANOVA yang tersedia. Hipotesis keempat, yang menyatakan bahwa suasana cafe (X_1), kualitas pelayanan cafe (X_2), dan harga (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), diuji menggunakan uji F. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 80,905 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Nilai F hitung tersebut juga lebih besar daripada nilai F tabel, sehingga hipotesis keempat diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa suasana cafe, kualitas pelayanan cafe, dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel Model Summary, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,871, yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu suasana cafe, kualitas pelayanan cafe, dan harga mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 87,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 12,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model regresi yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan penjelasan yang sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Luv Gold Kediri.

Pembahasan

Hasil uji t menunjukkan bahwa suasana cafe berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,134 dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012), yang menyatakan bahwa suasana atau *store atmosphere* merupakan elemen strategis dalam menciptakan pengalaman emosional pelanggan. Suasana cafe yang nyaman, menarik, dan sesuai dengan preferensi konsumen mampu memengaruhi perasaan pelanggan selama berada di dalam café.

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan cafe berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,973 dengan tingkat signifikansi

0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini mendukung teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2019), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dalam bisnis cafe yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan kepuasan pelanggan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,840 dan tingkat signifikansi 0,074 yang lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis ditolak. Temuan ini bertentangan dengan teori Kotler dan Philip (2019) yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu indikator utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Namun, dalam konteks penelitian ini, pelanggan Cafe Luv Gold Kediri tampaknya tidak menjadikan harga sebagai pertimbangan utama dalam menilai kepuasan.

Hasil uji F menunjukkan bahwa suasana cafe, kualitas pelayanan cafe, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 80,905 dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak dibentuk oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi beberapa variabel yang saling melengkapi. Suasana cafe dan kualitas pelayanan berperan sebagai faktor dominan, sedangkan harga berperan sebagai faktor pendukung. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi menyeluruh terhadap seluruh pengalaman yang dirasakan konsumen. Ketika suasana nyaman, pelayanan berkualitas, dan harga dirasa wajar, maka pelanggan akan merasa puas secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh suasana cafe, kualitas pelayanan cafe, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,134 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis pertama diterima. Kualitas pelayanan cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,973 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis kedua diterima. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,840 dan nilai signifikansi 0,074 ($> 0,05$), sehingga hipotesis ketiga ditolak. Suasana cafe, kualitas pelayanan cafe, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Luv Gold Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 80,905 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis keempat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler P, & Keller KL. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks; 2019.
- [2] Maryam AW. Pengaruh Suasana Cafe Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di H ' Old Coffee Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan. Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan 2025;6: 69–79
- [3] Zukifar R. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Kediri: Widina; 2020.
- [4] Ghozali PHI. Aplikasi Analisis Multivariate. 2021.