

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ANGKRINGAN TAD DI KOTA KEDIRI

Aritio Rizki Ramadani^{1*}, Mochamad Muchson², Itot Bian Raharjo³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

aritorizki9@gmail.com^{1*}, mucshon@unpkediri.ac.id², itotbianraharjo18@gmail.com³

Informasi Artikel

Tanggal Masuk: 26/06/2026

Tanggal Revisi: 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This study aims to analyze the influence of price, service quality, and atmosphere on customer satisfaction at Angkringan TAD in Kediri City. A quantitative method with a causal-associative survey approach was employed, involving 100 respondents selected through simple random sampling. Data were collected via Likert-scale questionnaires, observation, and literature review, then analyzed using multiple linear regression with SPSS 25 software, incorporating t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results indicate that price, service quality, and atmosphere each have a positive and significant partial effect on customer satisfaction. Simultaneously, these three variables also significantly influence customer satisfaction. These variables demonstrate a strong ability to explain the variation in customer satisfaction within the research model. The findings confirm that a combination of affordable prices, good service, and a comfortable atmosphere constitutes a crucial factor in enhancing customer satisfaction at Angkringan TAD in Kediri City.

Keywords: Price, Service Quality, Atmosphere, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan suasana terhadap kepuasan pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei yang bersifat asosiatif kausal, melibatkan 100 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert, observasi, dan studi kepustakaan, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25 melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga, kualitas pelayanan, dan suasana memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel-variabel tersebut mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan secara kuat dalam model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi harga yang terjangkau, pelayanan yang baik, dan suasana yang nyaman menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Suasana, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Sektor usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu fondasi penting dalam ekonomi Indonesia. Sektor UMKM yang menunjukkan pertumbuhan cepat adalah bidang kuliner dan minuman, terutama usaha warung kopi (warkop) dan kedai minuman modern yang kini menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Aktivitas berkumpul di warkop bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga berfungsi sebagai tempat bersosialisasi, bekerja, berdiskusi, atau sekadar bersantai. Pemasaran saat ini menyoroti betapa pentingnya pengalaman pelanggan, yaitu pengalaman yang meliputi produk, layanan, harga, dan suasana yang disediakan oleh penyedia layanan.

Dalam beberapa tahun terakhir, ide tentang warkop modern telah mengalami perubahan yang cukup besar. Jika sebelumnya warkop identik dengan lokasi yang sederhana, sekarang banyak warkop mengadopsi gaya kafe yang lebih nyaman dan menarik, dilengkapi dengan Wi-Fi, musik live, dan desain interior yang unik. Ini dilakukan untuk menarik perhatian generasi muda, terutama mahasiswa, yang menjadikan warkop sebagai lokasi untuk belajar, berdiskusi, dan bersosialisasi. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas atau tidaknya seseorang yang muncul setelah membandingkan performa produk atau layanan yang diterima dengan harapannya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dipengaruhi tidak hanya oleh rasa produk (dalam hal ini minuman), tetapi juga oleh tingkat pelayanan, harga, dan suasana tempat.

Fenomena ini juga nampak di angkringan TAD yang terletak di Kota Kediri, yaitu sebuah kedai kopi modern yang mengombinasikan elemen angkringan klasik dengan suasana yang santai. Angkringan TAD lebih menekankan pada variasi minuman seperti kopi, teh, susu, dan minuman *trending*, serta menawarkan suasana yang nyaman, desain interior terkini dan hiburan musik langsung. Tempat ini menjadi salah satu lokasi *favorit* bagi semua kalangan untuk berkumpul dan bersantai. Di samping itu, pelayanan di jam-jam sibuk kadang-kadang tidak cepat dan tidak efisien, yang menyebabkan ketidakpuasan meskipun harga minuman cukup terjangkau. Situasi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan dan pengalaman nyata yang mereka alami di tempat tersebut. Gejala lain yang terlihat adalah berkurangnya jumlah kunjungan kembali dari beberapa pelanggan, terutama mahasiswa yang sebelumnya sering hadir. Beberapa pelanggan kini lebih memilih kedai kopi lain yang menyuguhkan suasana yang lebih tenang dan layanan yang lebih cepat, meskipun harga minumannya sedikit lebih tinggi. Situasi ini menunjukkan bahwa keputusan pelanggan untuk berbelanja ulang dipengaruhi tidak hanya oleh harga, tetapi juga oleh pandangan terhadap kualitas layanan dan suasana warkop modern.

Keputusan konsumen untuk membeli juga dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang nilai yang diperoleh, yang mencakup kualitas produk atau layanan, biaya, dan pengalaman pelayanan. Dalam konteks warung kopi modern seperti angkringan TAD, nilai tersebut terbentuk dari keselarasan antara harga dan manfaat yang diperoleh, kecepatan serta keramahan dalam pelayanan, serta kenyamanan suasana lokasi. Elemen-elemen tersebut merupakan faktor penting yang dapat menciptakan pandangan positif pelanggan terhadap sebuah usaha warkop modern.

Dalam sebuah warkop modern salah satu faktor yang bisa menarik pelanggan yaitu harga. Penelitian oleh [1] menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen, Penelitian [2] menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Coffee shop* Sekaruang.

Selain harga, kualitas pelayanan dan suasana juga merupakan faktor penting dalam bisnis di bidang warkop modern. Menurut penelitian [3] kualitas pelayanan merupakan satu-satunya variabel yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Nirwana Coffee*, sedangkan harga dan suasana tidak berdampak signifikan, Penelitian (Insani & Aslamiah, 2025) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Coffeeshop* Sekaruang, dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada bisnis jasa, sehingga semakin baik pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan.

Begitupula dengan pengaruh suasana, Menurut penelitian [4] menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Pada suasana tempat atau *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan menjadi faktor yang mampu meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pelanggan, Penelitian (Azizatusholihah & Syahlani, 2025) menunjukkan bahwa suasana restoran (*store atmosphere*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan niat kunjungan ulang pelanggan, terutama dipengaruhi oleh kenyamanan ruang, estetika interior, dan kondisi lingkungan restoran.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan suasana memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh (Rooroh et al., 2020) di *Coffee Casa de Wanea Manado* menemukan bahwa suasana *café*, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian [5] pada Dwi Jaya Furniture menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, penelitian (Febriatu Sholikhah & Hadita, 2023) pada Mie Gacoan Bekasi memperlihatkan bahwa harga tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, namun kualitas pelayanan dan produk berpengaruh signifikan.

Hasil-hasil dari penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan temuan atau kekosongan penelitian mengenai faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di berbagai jenis bisnis. Di samping itu, banyak penelitian sebelumnya lebih memusatkan perhatian pada *Coffee* dan restoran besar, sementara riset yang mengkaji warkop modern sebagai jenis UMKM kuliner yang fokus pada minuman dan pengalaman pelanggan masih sangat minim.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini memiliki pentingnya untuk memahami sejauh mana harga, kualitas layanan, dan suasana warkop mempengaruhi kepuasan pelanggan di angkringan TAD yang berlokasi di Kota Kediri. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama dalam konteks perilaku konsumen di usaha warkop

modern, serta memberikan manfaat praktis bagi pemilik angkringan TAD dalam meningkatkan kualitas layanan, mengelola suasana tempat dengan lebih baik, dan menyusun strategi harga yang sesuai dengan harapan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkringan TAD Di Kota Kediri”.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Suasana (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Angkringan TAD di Kota Kediri. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini juga bersifat non-eksperimental karena peneliti tidak memberikan perlakuan khusus kepada responden, melainkan mengamati kondisi yang telah terjadi di lapangan.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan Skala Likert, observasi, dan studi kepustakaan kepada pelanggan Angkringan TAD di Kota Kediri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas berusia 22–27 tahun sebanyak 57 orang (57%) dan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 73 orang (73%). Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan SPSS versi 25 melalui analisis korelasi bivariat dan Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga dinyatakan reliabel. Nilai reliabilitas masing-masing variabel yaitu Kepuasan Pelanggan sebesar 0,922, Harga sebesar 0,864, Kualitas Pelayanan sebesar 0,959, dan Suasana sebesar 0,939.

Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (*Adjusted R Square*), serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Melalui metode tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual berdistribusi normal. Pada penelitian dengan jumlah sampel lebih dari 50 responden, pengujian normalitas dapat dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa residual pada model regresi terdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

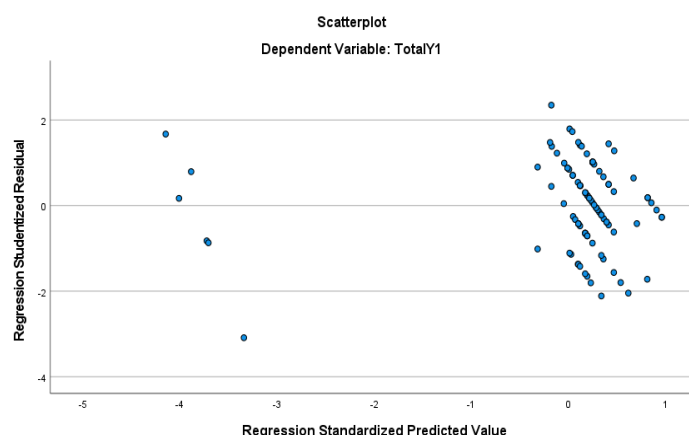
Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami gejala multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat matriks korelasi antarvariabel independen, nilai Tolerance, dan Variance Inflation Factor (VIF), dengan kriteria nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki nilai Tolerance 0,231 dan VIF 4,321, variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai Tolerance 0,137 dan VIF 7,317, serta variabel Suasana (X3) memiliki nilai Tolerance 0,116 dan VIF 8,586. Berdasarkan hasil tersebut, seluruh variabel memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, hubungan antarvariabel independen masih berada pada batas yang dapat diterima dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk menguji model regresi apakah ada ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dasar analisis untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati dan membaca grafik scatter plot. Apabila titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y tanpa pola yang tegas, maka dikatakan heteroskedastisitas tidak terjadi. Model

regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini, digambarkan pada gambar 1. dibawah ini, melibatkan pemanfaatan grafik *scatterplot*.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplots
Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan grafik *scatterplot* pada gambar 1, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, serta tidak membentuk suatu pola tertentu yang teratur (seperti gelombang atau menyempit). Hal ini membuktikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Dengan demikian, model penelitian ini memenuhi syarat homoskedastisitas atau memiliki kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah metode statistik yang menganalisis hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Tujuan utamanya adalah memodelkan hubungan antar variabel dan memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas. Dengan menggunakan persamaan linier, regresi linier berganda dapat memprediksi nilai variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan nilai variabel bebas Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), dan Suasana (X₃). Menggunakan perangkat lunak statistik SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 25 [6] untuk Windows, hasil analisis dihitung dan disajikan pada tabel 1. Dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Analisis Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,436	,743		-,587	,558
TotalX1	,177	,109	,104	1,621	,108
TotalX2	,481	,075	,537	6,443	<,001
TotalX3	,247	,066	,340	3,760	<,001

a. Dependent Variable: TotalY1

Sumber : Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 1, ditunjukkan bahwa hasil uji analitik telah menghasilkan persamaan regresi linier berganda berikut :

$$Y = -0,436 + 0,177X_1 + 0,481X_2 + 0,247X_3 + e$$

Persamaan regresi berikut ini:

- 1) Nilai a sebesar -0,436 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan pelanggan belum dipengaruhi variabel harga (X₁), kualitas pelayanan (X₂) dan suasana (X₃). Jika variabel independent tidak ada, maka variabel loyalitas konsumen tidak mengalami perubahan.

- 2) Nilai koefisiensi regresi X_1 sebesar 0,177. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa kenaikan 1 satuan variabel harga akan memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,177, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 3) Nilai koefisiensi regresi X_2 sebesar 0,481. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa kenaikan 1 satuan variabel harga akan memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,481, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 4) Nilai koefisiensi regresi X_3 sebesar 0,247. Hal ini menunjukkan bahwa variabel suasana mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa kenaikan 1 satuan variabel harga akan memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,247, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Determinasi (*Adjusted R Square*)

Pengujian koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen secara simultan. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar pula kemampuan model dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen.

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,909 atau 90,9%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Suasana (X_3) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan sebesar 90,9%, sedangkan sisanya sebesar 9,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t (parsial) merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (*Sig.*) dari setiap variabel, dengan kriteria bahwa variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan apabila memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Suasana (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Angkringan TAD di Kota Kediri.

Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,108, yang berarti lebih besar dari 0,05, sehingga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sementara itu, variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dan Suasana (X_3) masing-masing memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,01, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Suasana secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri lebih dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan suasana yang dirasakan pelanggan, sedangkan faktor harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara individual.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hasil uji F (simultan) yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Meskipun nilai F-hitung secara eksplisit tidak ditampilkan di kolom terpisah yang diberi label "F-hitung" untuk keseluruhan model seperti umumnya, namun seringkali nilai ini bisa dilihat dari output regresi lengkap yang biasanya menyertainya atau dari baris "F-hitung" yang ada di bagian bawah tabel koefisien (jika ada, meskipun tidak terlihat jelas di gambar ini). Namun, dari narasi di bawah ini pada tabel 2:

Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1083,006	3	361,002	318,579	<,001 ^b
Residual	108,784	96	1,133		
Total	1191,790	99			

a. Dependent Variable: TotalY1

b. Predictors: (Constant), TotalX₃, TotalX₁, TotalX₂

Sumber : data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.8, diperoleh nilai F sebesar 318,579 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001 ($< 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), dan Suasana (X₃) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi faktor harga, kualitas pelayanan, dan suasana secara keseluruhan mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri.

Pembahasan

Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t parsial, variabel Harga (X₁) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,108 yang lebih besar dari 0,05 ($0,108 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri, sehingga H₀ diterima dan H₁ ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perubahan persepsi harga tidak secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam penelitian ini.

Menurut [7] Temuan ini mengindikasikan bahwa bagi responden, harga bukan menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan mereka terhadap Angkringan TAD. Hal ini dapat terjadi karena pelanggan cenderung sudah menganggap harga yang ditawarkan relatif terjangkau dan sesuai dengan ekspektasi, sehingga variasi harga tidak lagi menjadi pertimbangan utama dalam membentuk kepuasan. Sebaliknya, pelanggan lebih mungkin menilai kepuasan berdasarkan pengalaman langsung seperti kualitas pelayanan yang diberikan serta suasana tempat yang dirasakan saat berkunjung.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks Angkringan TAD di Kota Kediri, kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi oleh aspek non-harga seperti pelayanan dan suasana, dibandingkan dengan faktor harga itu sendiri. Kondisi ini menggambarkan bahwa dalam usaha sejenis angkringan, persepsi nilai (value) yang diterima pelanggan tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh pengalaman menyeluruh yang mereka rasakan selama berkunjung [8].

Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t parsial, variabel Kualitas Pelayanan (X₂) memperoleh nilai signifikansi sebesar <0,001 dengan nilai t-hitung sebesar 6,443. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada objek penelitian ini. Pelanggan merasa puas ketika mendapatkan pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan mereka selama berkunjung. Hal ini selaras dengan penelitian [9] mengindikasikan bahwa interaksi antara pelayan dan pelanggan memiliki peran besar dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan.

Dengan demikian, meskipun terdapat faktor lain seperti harga dan suasana, kualitas pelayanan tetap menjadi elemen utama yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, terutama dalam hal keramahan, kecepatan, dan ketanggapan, akan memberikan dampak langsung terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri.

Pengaruh Suasana Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t parsial yang telah dilakukan, variabel Suasana (X_3) memperoleh nilai signifikansi sebesar $<0,001$ dengan nilai t-hitung sebesar 3,760. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Suasana berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri.

Selanjutnya, pada penelitian menurut [4] hasil ini mengindikasikan bahwa aspek lingkungan fisik, kenyamanan, serta estetika tempat memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman positif pelanggan. Suasana yang nyaman, bersih, dan mendukung interaksi sosial mampu menciptakan rasa betah sehingga meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik suasana yang dirasakan pelanggan saat berkunjung, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang terbentuk.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa variabel Suasana menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan dibandingkan faktor lainnya dalam penelitian ini. Artinya, peningkatan kualitas suasana melalui penataan tempat, pencahayaan, dan kenyamanan lingkungan dapat memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri.

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F (uji simultan) yang telah dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar 318,579 dengan nilai signifikansi $< 0,001$ ($< 0,05$). Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Suasana (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri. Artinya, ketiga variabel tersebut tidak berdiri sendiri dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, melainkan saling berkaitan dan saling memperkuat satu sama lain dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap Angkringan TAD. Harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang baik, serta suasana yang nyaman secara simultan menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan dalam penelitian ini. Kombinasi ketiga aspek tersebut memberikan pengalaman yang utuh bagi pelanggan sehingga meningkatkan rasa puas saat berkunjung.

Dengan demikian, model penelitian ini [10] dan [11] dinyatakan layak (goodness of fit) dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen [12]. Hasil ini juga menunjukkan bahwa peningkatan secara bersamaan pada aspek harga, pelayanan, dan suasana akan memberikan dampak yang lebih optimal terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di Angkringan TAD di Kota Kediri. Selanjutnya, berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (*Adjusted R Square*), diperoleh nilai R Square sebesar 0,909 atau 90,9%. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen secara simultan, di mana semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel dependen.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Suasana (X_3) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan sebesar 90,9%, sedangkan sisanya sebesar 9,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Dengan demikian, model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan pengaruh ketiga variabel independen terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri, serta menunjukkan bahwa ketiganya memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan suasana berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Angkringan TAD di Kota Kediri. Secara parsial, masing-masing variabel menunjukkan pengaruh yang signifikan, yaitu harga yang terjangkau meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang baik memberikan pengalaman yang lebih nyaman, serta suasana tempat yang kondusif membuat pelanggan merasa lebih betah. Secara simultan, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama menjadi faktor penting yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bahwa pengelola Angkringan TAD perlu memperhatikan keseimbangan antara harga, kualitas pelayanan, dan suasana sebagai strategi utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan dan kenyamanan suasana perlu menjadi prioritas tanpa mengabaikan penetapan harga yang tetap kompetitif. Dengan pengelolaan yang baik pada ketiga aspek

tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lain yang mungkin turut memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Purnomo. Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *J Ekobis Ekon Bisnis Manaj* 2021;11:67–78. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>.
- [2] Ibrahim. Analisa kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pada penggemar grup musik 1 2025;14:1394–411. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1486>.
- [3] Agung. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *J Penelit Mhs* 2021;3.
- [4] Hudalloh MN, Rochdianingrum WA. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Jam Tangan Online Classicwatches.Idn. *J Ilmu Dan Ris Manaj* 2023;12:1–18.
- [5] Savitri WD, Hidayat I. Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dwi Jaya Furniture. *J Ilmu Dan Ris Manaj* 2017;6:1–16.
- [6] Ghozali. Ghozali-2018_Compress.Pdf 2018:490.
- [7] Sholikhah. Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di. *J Econ* 2023;2:693–708.
- [8] Mucshon. Kilisuci International Conference on Economic & Business Vol . 3 Year 2025 The Influence of Work Environment , Workload and Work Motivation on Employee Performance at PT . Mahatma Agro Kilisuci International Conference on Economic & Business Vol . 3 Year. *Kilisuci Int Conf Econ Bus* 2025;3:1605–17.
- [9] Itot. Analisis Pengaruh Daya Tarik Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan di District HairStudio Kab. Kediri 2025:494–502.
- [10] Itot. Pengaruh Fear of Missing Out (Fomo), Harga , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow Di Tiktok. ... *Nas Manaj Dan ...* 2025:503–10.
- [11] Itot. Pengaruh Price , Place , Dan Product Quality Terhadap Kepuasan 2025;4:197–204.
- [12] Muchson. Analyzing Information System Quality and Financial Information Quality: An Evidence of Local Government Organizations in Indonesia. *Qubahan Acad J* 2023;3:262–76. <https://doi.org/10.58429/qaj.v3n4a179>.