

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN SUASANA DALAM MEMBENTUK KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG KOPI DWIJAYA

Asfa Hanik^{1*}, M. Anas², Dyah Ayu Paramitha³

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

asfahanik488@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk: 26/06/2026

Tanggal Revisi: 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This investigation focuses on evaluating how service quality, product quality, and café atmosphere influence customer satisfaction at Warung Kopi Dwijaya in Kediri Regency. A quantitative methodology was applied using a causal associative framework. The study involved 40 participants obtained through purposive sampling. Survey instruments were used to gather information, and statistical analysis was conducted via multiple linear regression employing SPSS software. The findings reveal that service quality, product quality, and café atmosphere positively and significantly impact customer satisfaction both individually and collectively. Café atmosphere emerged as the primary driver affecting customer satisfaction levels. The coefficient of determination (R^2) value of 0.584 demonstrates that 58.4% of satisfaction variations can be attributed to these three factors. The distinctive contribution of this research centers on analyzing the combined influence of these variables within a rural coffee shop setting in Kediri Regency. These outcomes emphasize the necessity of enhancing service quality, product quality, and café atmosphere to strengthen customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product, Atmosphere, Customer Satisfaction, Coffee Shop.

Abstrak

Penelitian ini berfokus untuk mengkaji dampak kualitas pelayanan, kualitas produk, serta kondisi lingkungan kedai kopi terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Warung Kopi Dwijaya yang berlokasi di Kabupaten Kediri. Study ini menerapkan metode kuantitatif dengan pola hubungan cause-and-effect. Jumlah partisipan yang join dalam penelitian ini adalah 40 orang yang ditentukan secara purposive sampling. Perolehan informasi diperoleh melalui survei tertulis dan diolah menggunakan teknik regresi linier berganda dengan software SPSS. Temuan study mengindikasikan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan suasana kedai kopi memberikan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara mandiri maupun bersamaan. Aspek suasana kedai kopi tercatat sebagai faktor utama yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Angka koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,584 menginformasikan bahwa 58,4% perubahan tingkat kepuasan pelanggan bisa diterangkan oleh ketiga variabel tersebut. Keunikan dari study ini adalah analisis terhadap pengaruh simultan dari ketiga variabel dalam konteks kedai kopi tradisional di area Kabupaten Kediri. Hasil studio ini menekankan betapa vitalnya upaya peningkatan kualitas layanan, kualitas produk, dan suasana kedai kopi demi meningkatnya tingkat kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Produk, Suasana, Kepuasan Konsumen, Kedai Kopi.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor industri pangan dan minuman mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, terutama pada segmen bisnis kedai kopi. Kondisi ini tidak terlepas dari tren membudayanya budaya minum kopi atau *coffee culture* yang semakin digandrungi oleh berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda. Saat ini, kedai kopi telah bertransformasi menjadi lebih dari sekadar tempat menikmati minuman, melainkan juga menjadi lokasi untuk berinteraksi sosial, mengerjakan pekerjaan, berdiskusi, atau sekadar menikmati waktu luang. Perubahan pola perilaku konsumen ini menciptakan dorongan bagi semakin banyak pelaku usaha yang membuka kedai kopi dengan beragam konsep, produk, dan pengalaman pelayanan [1].

Seiring berkembangnya *coffee culture*, persaingan antar pelaku usaha kedai kopi juga semakin ketat. Konsumen memiliki banyak alternatif pilihan sehingga mereka menjadi lebih selektif dalam menentukan tempat yang akan dikunjungi. Tidak hanya kualitas produk yang menjadi pertimbangan, tetapi juga kualitas pelayanan serta suasana tempat yang mampu memberikan pengalaman positif selama berada di lokasi. Kondisi ini pelaku usaha perlu memahami hal-hal yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen agar mampu mempertahankan pelanggan dan memenangkan persaingan pasar [2] [3].

Kepuasan pelanggan adalah salah satu tanda penting yang menentukan keberhasilan bisnis. Pelanggan yang merasa puas biasanya akan membeli lagi dan menyarankan kepada orang lain, serta memiliki loyalitas ya.

ng lebih tinggi terhadap suatu usaha [4]. Sebaliknya, Bilamana keinginan pelanggan tidak terpenuhi, maka potensi mereka untuk berpindah ke kompetitor akan meningkat secara substansial. Oleh karena itu, upaya menciptakan kepuasan konsumen harus menjadi fokus utama bagi setiap pelaku bisnis, terutama bisnis kedai kopi [5] [6].

Salah satu hal penting dalam membuat pelanggan merasa puas adalah mutu layanan. Mutu layanan menunjukkan bagaimana bisnis dalam memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang pelanggan butuhkan. Layanan yang cepat, sopan, tanggap, dan membuat pelanggan merasa nyaman akan memberikan pengalaman yang menyenangkan saat menikmati produk. Penelitian sebelumnya Menandakan bahwa mutu layanan memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan karena layanan yang prima dapat meningkatkan penilaian pelanggan terhadap nilai yang mereka terima. [4] [1].

Selain mutu layanan, mutu produk juga menjadi hal penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Pada bisnis kedai kopi, mutu produk tidak hanya berkaitan dengan rasa minuman dan makanan yang disajikan, tetapi juga meliputi kebersihan, keamanan, ketahanan, dan tampilan produk. Pelanggan akan merasa senang bilamana produk yang mereka konsumsi dapat memenuhi keinginan dan memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan. Oleh sebab itu, menjaga konsistensi kualitas produk menjadi hal yang sangat penting bagi kelangsungan usaha kedai kopi. [7] [8]

Hal lain yang juga sangat penting adalah suasana kedai kopi. Di era modern saat ini, di mana tren *coffee culture* sedang berkembang pesat, suasana tempat termasuk salah satu daya tarik utama yang mendasari keputusan pelanggan untuk datang dan menghabiskan waktu lebih lama di kedai kopi. Penataan ruang, pencahayaan, kebersihan, musik, aroma ruangan, hingga desain interior dapat menciptakan pengalaman emosional yang berbeda bagi konsumen. Suasana yang nyaman dan menarik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan karena memberikan nilai tambah di luar produk yang dikonsumsi [9] [10].

Warung Kopi Dwijaya merupakan satu bidang usaha kedai kopi yang berlokasi di wilayah Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri. Warung kopi ini mengusung konsep rumah tua yang unik dan nyaman sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan warung kopi pada umumnya. Selain menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman, Warung Kopi Dwijaya juga berupaya menciptakan lingkungan yang nyaman bagi konsumen dari berbagai kalangan. Konsep tersebut diharapkan mampu memberikan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan sekaligus menjadi daya tarik dalam menghadapi persaingan usaha kedai kopi yang semakin kompetitif.

Meskipun demikian, berdasarkan data pendapatan usaha pada periode Mei hingga November 2025, Warung Kopi Dwijaya mengalami fluktuasi pendapatan dari bulan ke bulan. Pendapatan tertinggi terjadi pada bulan September sebesar Rp50.696.500, sedangkan pendapatan terendah terjadi pada bulan Juli sebesar Rp37.268.500. Hal ini Menandakan bahwa terdapat beberapa aspek tertentu yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan, seperti kualitas layanan yang diberikan, kualitas produk yang dikonsumsi, serta kenyamanan suasana kedai kopi yang dirasakan saat pelanggan datang.

Secara nyata, para pelanggan memiliki keinginan yang berbeda-beda terhadap layanan, produk, dan suasana yang diberikan oleh kedai kopi. Layanan yang tidak sigap, produk yang kualitasnya berubah-ubah, serta suasana kedai kopi tidak menarik dapat menurunkan Kepuasan pelanggan dan berdampak pada kehendak untuk datang lagi [11]. Sebaliknya, apabila ketiga aspek tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan, maka kepuasan konsumen akan meningkat dan berpotensi memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha.

Berdasarkan situasi ini dan dengan landasan teori serta penelitian sebelumnya, Penelitian ini dijalankan buat mengetes dampak mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Dwijaya, Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri. Penelitian ini penting dijalankan karena kepuasan konsumen menjadi faktor penentu keberhasilan usaha di tengah berkembangnya budaya kopi dan meningkatnya persaingan bisnis kedai kopi. Diharapkan Temuan studi ini dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan strategi pemasaran serta dapat dipakai sebagai evaluasi bagi pengelola Warung Kopi Dwijaya dalam meningkatkan mutu layanan, mutu produk, dan suasana kafe guna menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih baik.

METODE

Penelitian ini memakai cara angka dengan pola hubungan penyebab-akibat untuk menganalisis hubungan antara mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi terhadap kepuasan pelanggan. Cara angka dipakai karena penelitian ini berfokus pada pembuktian dugaan melalui pengelolaan data angka dan

analisis angka sehingga bisa menghasilkan kesimpulan yang nyata dan bisa diukur. [12] [13]. Penelitian dilaksanakan pada Warung Kopi Dwijaya yang berlokasi di Kecamatan Papar, Kabupaten Kediri.

Semua pelanggan Warung Kopi Dwijaya yang pernah membeli dan menikmati produk yang tersedia menjadi populasi dalam penelitian ini. Cara memilih responden menggunakan *accidental sampling*, yaitu pemilihan pelanggan yang secara kebetulan ditemukan dan memenuhi syarat penelitian. [12]. Banyaknya responden yang digunakan sebanyak 40 orang dengan melihat dari jumlah variabel yang diteliti. Syarat responden Partisipan dalam studi ini adalah *customer* yang sebelumnya pernah melakukan pembelian serta menikmati produk di Warung Kopi Dwijaya.

Pengambilan data menggunakan survei yang dibuat berdasarkan tanda-tanda setiap variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), suasana kedai kopi (X_3), dan kepuasan konsumen (Y). Semua pertanyaan diukur dengan skala Likert lima tingkat, dari pilihan tidak setuju sampai pilihan sangat setuju. Selain data utama yang didapat dari penyebaran survei, penelitian ini juga menggunakan data pendukung yang berasal dari berbagai buku, referensi ilmiah, dan bahan bacaan lain yang terkait dengan topik penelitian. [12].

Sebelum dipakai, survei ini dites dulu menggunakan program SPSS versi 25. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa survei tersebut cocok untuk penelitian. Untuk menguji kebenaran, nilai r hitung dibandingkan dengan r tabel sebesar 0,312. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan benar. Berdasarkan hasil pengujian, semua pertanyaan untuk variabel mutu layanan, mutu produk, suasana kedai kopi, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai lebih dari 0,312, jadi semua pertanyaan bisa dipakai dalam penelitian. Nilai korelasi berkisar antara 0,702 hingga 0,873, yang artinya setiap pertanyaan dapat mengukur hal yang diteliti dengan baik.

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam survei konsisten dalam mengukur. Perhitungan menggunakan angka Cronbach's Alpha. Survei dinyatakan konsisten apabila angka Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. [14]. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel mutu layanan mendapatkan angka Cronbach's Alpha sebesar 0,958, mutu produk sebesar 0,942, suasana kedai kopi sebesar 0,931, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,919. Semua angka tersebut melebihi batas minimum yang ditetapkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan memiliki tingkat konsistensi yang sangat tinggi dan layak digunakan sebagai alat penelitian.

Pengelolaan data dikerjakan memakai program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 25. Tahapan pengelolaan terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Setelah itu dilaksanakan perhitungan regresi linier berganda untuk melihat seberapa besar dampak variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian teori dijalankan melalui uji t , uji F , dan angka determinasi (R^2) untuk melihat kemampuan model dalam menerangkan perubahan kepuasan pelanggan. [14] [13].

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

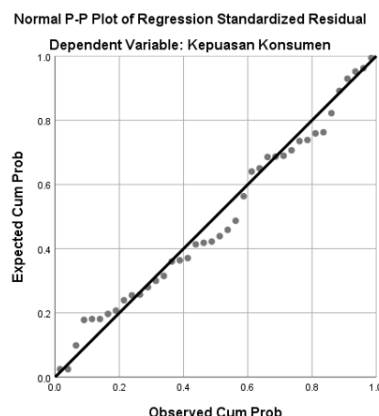
Partisipan dalam penelitian ini sebanyak 40 orang yang merupakan pelanggan Warung Kopi Dwijaya dan pernah membeli produk di kedai kopi tersebut. Partisipan dalam penelitian ini sejumlah 40 orang yang berperan sebagai partisipan yang memenuhi syarat penelitian, sehingga informasi yang diperoleh dapat menggambarkan pendapat pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, suasana kafe, dan kepuasan konsumen. Berdasarkan jenis kelamin, Mayoritas responden adalah wanita sebanyak 21 orang (52,5%), sedangkan responden pria sebanyak 19 orang (47,5%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Warung Kopi Dwijaya sebagian besar adalah perempuan, meskipun jumlah pria dan wanita hampir sama. Kondisi ini mengindikasikan bahwa Warung Kopi Dwijaya mampu menarik minat konsumen dari berbagai kelompok gender.

Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang Usia 21–25 tahun sebanyak 29 orang (72,5%), kemudian usia 15–20 tahun sebanyak 10 orang (25,0%), dan usia 26–30 tahun sebanyak 1 orang (2,5%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Warung Kopi Dwijaya berasal dari kelompok usia dewasa muda. Kelompok usia ini umumnya memiliki aktivitas sosial yang tinggi dan menjadikan kafe sebagai tempat untuk bersantai, berkumpul, maupun melakukan berbagai kegiatan, sehingga cenderung lebih memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kenyamanan suasana kafe dalam menentukan tingkat kepuasan mereka.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan *Normal Probability Plot* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas *Probability Plots*

Sumber: data peneliti diolah SPSS 25, 2026

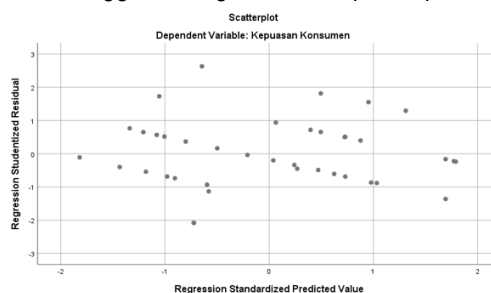
Berdasarkan Gambar 1 Dapat dilihat bahwa titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hal tersebut, data penelitian dapat dinyatakan memenuhi distribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang erat antar variabel bebas dalam model regresi. Pengujian ini memakai angka Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas jika angka Tolerance $> 0,10$ dan angka VIF < 10 . Variabel mutu layanan memiliki angka Tolerance sebesar 0,573 dan VIF sebesar 1,745. Variabel kualitas produk memiliki nilai Tolerance sebesar 0,641 dan VIF sebesar 1,559, sedangkan variabel suasana kafe memiliki nilai Tolerance sebesar 0,506 dan VIF sebesar 1,977. Semua variabel bebas menunjukkan nilai Tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas, maka seluruh variabel independen layak digunakan dalam perhitungan regresi linier berganda.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Sumber: data peneliti diolah SPSS 25, 2026

Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 2 menunjukkan bahwa titik - titik data tersebar secara acak di berbagai area grafik tanpa membentuk pola tertentu. Point-point tersebut juga tersebar di atas dan di bawah garis zero pada sumbu Y. Kondisi ini menandakan bahwa varian residual cenderung konstan, maka model regresi yang dipakai tidak mengalami heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pembahasan dilakukan untuk menjelaskan hasil pengujian dugaan yang sudah dijalankan. Penjelasan temuan studi disesuaikan dengan landasan teori yang tepat dan hasil riset terdahulu. agar memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang pengaruh mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Dwijaya. Hasil perhitungan regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetes Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana kedai kopi terhadap kepuasan pelanggan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Beta	t Hitung	Sig.
Constant	2,138	-	0,727	0,472
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,183	0,468	4,330	0,000
Kualitas Produk (X_2)	0,239	0,464	4,237	0,000
Suasana Kafe (X_3)	0,165	0,477	4,353	0,000

Sumber: data peneliti diolah SPSS 25, 2026

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk melihat seberapa besar pengaruh mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa angka tetap sebesar 2,138, sedangkan angka perubahan mutu layanan sebesar 0,183, mutu produk sebesar 0,239, dan suasana kedai kopi sebesar 0,165. Berdasarkan temuan tersebut, persamaan regresi menjadi seperti berikut:

$$Y = 2,138 + 0,183X_1 + 0,239X_2 + 0,165X_3$$

Berikut adalah uraian dari rumus regresi tersebut :

1. Konstanta (a) = 2,138
Angka tetap sebesar 2,138 menunjukkan bahwa jika variabel mutu layanan (X_1), mutu produk (X_2), dan suasana kedai kopi (X_3) nilainya tetap atau dianggap tidak berubah, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) diperkirakan sebesar 2,138.
2. Koefisien Kualitas Pelayanan (X_1) = 0,183
Angka perubahan mutu layanan Angka koefisien sebesar 0,183 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan satu skor pada kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,183 skor, dengan catatan variabel lainnya tetap sama. Tanda positif ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang makin baik, maka kepuasan pelanggan pun akan semakin naik.
3. Koefisien Kualitas Produk (X_2) = 0,239
Angka perubahan mutu produk sebesar 0,239 dapat dinyatakan bahwa setiap penambahan satu skor pada mutu produk akan menambah kepuasan pelanggan sejumlah 0,239 skor, dengan catatan faktor lainnya tetap. Tanda positif ini menjelaskan bahwa mutu produk memberikan pengaruh yang searah terhadap kepuasan pelanggan.
4. Koefisien Suasana Kafe (X_3) = 0,165
Koefisien regresi suasana kafe perubahan suasana kedai kopi sebesar 0,165 dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu tingkat pada suasana kedai kopi akan menambah kepuasan pelanggan sebesar 0,165 tingkat, dengan catatan faktor lain nilainya sama. Angka positif ini menandakan bahwa kondisi kedai kopi memiliki pengaruh yang dimana semakin nyaman dan menarik akan mendorong meningkatnya kepuasan konsumen.
5. Variabel yang Berpengaruh Dominan
Berdasarkan nilai koefisien regresi yang diperoleh, faktor mutu produk memiliki angka koefisien terbesar yaitu 0,239 dibandingkan kualitas pelayanan sebesar 0,183 dan suasana kafe sebesar 0,165. Ini menandakan bahwa mutu produk merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Kopi Dwijaya.

Uji Koefisien Determinasi

Nilai R Square berfungsi untuk melihat seberapa besar kapasitas variabel independent dalam menerangkan variabel dependent. Dalam studi ini angka yang dipakai sebagai acuan adalah *Adjusted R Square*.

Dari hasil pengujian, diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,550. Hal ini dapat menunjukkan bahwa 55,0% perubahan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi. Sementara itu, 45,0% lainnya dipengaruhi oleh hal lain di luar penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	t	Sig.
Constant	0,727	0,472
Kualitas Pelayanan (X_1)	4,330	0,000
Kualitas Produk (X_2)	4,237	0,000
Suasana Kafe (X_3)	4,353	0,000

Sumber: data peneliti diolah SPSS 25, 2026

Uji t berfungsi untuk mengetes dampak setiap variabel bebas secara sendiri terhadap variabel terikat. Dari Tabel 2. Hasil Uji t, bisa diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel mutu layanan memiliki angka t hitung sebesar 4,330 dengan skor signifikansi 0,000. Dikarenkan skor signifikansi lebih rendah dari 0,05, maka mutu layanan berdampak penting terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel mutu produk memiliki angka t hitung sebesar 4,237 dengan skor signifikansi 0,000. Dikarenkan skor signifikansi lebih rendah dari 0,05 maka mutu produk berdampak penting terhadap kepuasan pelanggan.
3. Variabel suasana kedai kopi memiliki angka t hitung sebesar 4,353 dengan angka signifikansi 0,000. Dengan skor signifikansi 0,000. Dikarenkan skor signifikansi lebih rendah dari 0,05, maka suasana kedai kopi berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F

Pengujian F dipakai untuk menguji dampak seluruh variabel independent secara bersamaan terhadap variabel dependent. Berdasarkan penghitungan, ada skor F hitung sejumlah 16,880 dengan skor signifikansi 0,000. Dikarenkan skor signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka model regresi tersebut lulus secara bersamaan. Dengan demikian, variabel mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi secara bersamaan berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Temuan studi mengindikasikan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh positif dan penting terhadap kepuasan pelanggan dengan angka t hitung sejumlah 4,330 dan signifikansi 0,000. Implikasi ini menandakan bahwa semakin meningkatnya kualitas layanan yang disajikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Layanan yang kilat, sopan, serta tanggap bisa membentuk momen positif bagi pelanggan, sehingga meninggikan kepuasan mereka. Kesimpulan studi ini sependapat dengan kesimpulan studi terdahulu. Prahadi [15] serta Ria dan Andari [16].

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Bagi hasil studi mengungkapkan bahwa mutu produk memberikan dampak positif dan berarti terhadap kepuasan pelanggan dengan skor t hitung sebesar 4,237 dan signifikansi 0,000. Produk dengan rasa yang lezat, bahan berkualitas, serta penampilan yang memukau bisa memenuhi harapan pelanggan. Implikasi ini memperkuat hasil studi terdahulu Ayunani dan Varadina [7] serta Puspitasari dan Andri [17].

Pengaruh Suasana Kafe terhadap Kepuasan Konsumen

Temuan studi menjelaskan bahwa kondisi kedai kopi memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan skor t hitung sejumlah 4,353 dan signifikansi 0,000. Skor beta sejumlah 0,477 merupakan yang tertinggi dibandingkan faktor lain sehingga menandakan bahwa kondisi kedai kopi adalah faktor utama. Pelanggan di masa sekarang tidak hanya mencari produk berkualitas tetapi juga kenyamanan tempat untuk bersantai dan berinteraksi sosial. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sihombing dan Arifin [9] serta Susanti dkk [18].

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Kafe terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji secara bersamaan menandakan bahwa mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi secara bersama-sama memberikan dampak penting terhadap kepuasan pelanggan dengan skor F hitung sejumlah 16,880 dan signifikansi 0,000. Skor determinasi (R^2) sejumlah 58,4% menandakan bahwa ketiga faktor

tersebut memiliki kontribusi yang kuat dalam menjelaskan kepuasan pelanggan. Hasil ini memperkuat teori kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan tercipta melalui perpaduan mutu layanan, mutu produk, dan tempat fisik yang mendukung pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, pemilik Warung Kopi Dwijaya perlu mempertahankan mutu layanan dan mutu produk yang sudah bagus serta meningkatkan kenyamanan suasana kedai kopi demi menjaga kesetiaan pelanggan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang sudah dijalankan, bisa disimpulkan bahwa mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi berdampak positif serta penting terhadap kepuasan pelanggan Warung Kopi Dwijaya. Implikasi ini menandakan bahwa semakin bagus layanan yang diberikan, selanjutnya semakin terjamin mutu produk yang disajikan, serta semakin nyaman suasana kedai kopi yang dialami oleh pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan semakin naik. Ketiga variabel tersebut terbukti menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan saat mengunjungi Warung Kopi Dwijaya. Selain itu, hasil pengujian secara bersamaan menunjukkan bahwa mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi secara bersamaan berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan. Skor Adjusted R Square sejumlah 0,550 menandakan bahwa 55,0% perubahan kepuasan pelanggan bisa diterangkan oleh ketiga faktor tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh hal lain yang tidak dibahas dalam studi ini. Kekhasan studi ini terletak pada pengkajian kepuasan pelanggan dalam konteks perkembangan *coffee culture* yang semakin berkembang di Kabupaten Kediri, khususnya di Warung Kopi Dwijaya.

Hasil penelitian memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi merupakan unsur penting untuk menambah kepuasan pelanggan. Tidak hanya itu, studi ini menandakan bahwa mutu produk merupakan variabel yang utama berpengaruh dibandingkan variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya memperhatikan kenyamanan tempat dan layanan yang diterima, tetapi juga sangat memperhatikan mutu produk yang dikonsumsi. Berdasarkan hasil penelitian, pengelola Warung Kopi Dwijaya perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelayanan yang lebih cepat, responsif, dan ramah kepada konsumen. Selain itu, Mutu produk harus terus terjaga secara konsisten, baik dari segi rasa dan tampilan, maupun kualitas bahan baku yang digunakan, mengingat variabel ini memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen. Suasana kafe juga perlu terus diperhatikan melalui penataan ruang, kebersihan, kenyamanan fasilitas, serta penciptaan lingkungan yang mendukung aktivitas konsumen. Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan bahwa peningkatan mutu layanan, mutu produk, dan suasana kedai kopi merupakan cara penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat daya saing Warung Kopi Dwijaya di tengah perkembangan industri kedai kopi yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler P, Keller KL. Marketing Management Global Edition. vol. 15E. London: PEARSON; 2016.
- [2] Naibaho UA, Akbar H, Hadibrata B. DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN , HARGA DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT). JMPIS J Manaj Pendidik DAN ILMU Sos 2022;3:1079–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1346>.
- [3] Sanjaya A. Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan. Makasar: Chakti Pustaka Indonesia; 2023.
- [4] Anas M. PENGARUH FAKTOR INTERNAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT . IDT TRANS AGENCY 2022:1–21.
- [5] Kotler P, Armstrong G, Balasubramanian S. Principles of Marketing 19th Ed. Global Ed. 2023.
- [6] Anas M. Customer Satisfaction in the Hotel Industry : A Case Study from Makassar City 2024;5. <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.3265>.
- [7] Nadila Alya Ayunani, Yanuar Varadina ANO. Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 2023;21:290–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7079>.
- [8] Paramitha DA. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada umkm “baksokuy.id” di kabupaten tulungagung 1),2),3) 2024;3:192–202. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/030nhe12>.
- [9] Sihombing MM, Arifin MH. Pengaruh Varian Menu , Harga , dan Suasana Cafe , Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin 2021;1:26–33.

- <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>.
- [10] Susanti R, Manajemen P, Ekonomi F, Riyadi US. Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Cafe J ' kopi di Pati) 2024;2:131–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.62710/gsohxq85>.
- [11] Paramitha DA. PENGARUH STRATEGI MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AYODYA WEDDING AND DECO DI KABUPATEN 2025;4:67–73.
- [12] Sugiyono. metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. bandung: 2023. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>.
- [13] Muin A. Metode penelitian kuantitatif. CV. Literasi Nusantara Abadi; 2022.
- [14] Ratna, noviansyah R. Metode penelitian kuantitatif. lumajang jawa timur: widya gama pres; 2021.
- [15] Prahadi MA. Jurnal Inovasi Global. vol. 2. 2024. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i1.46>.
- [16] Ria AM, Andari TT. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen konsumen . Bisnis kafe menjadi salah satu usaha pada bidang makan dan minuman dengan menyeluruh . Kafé sering di kaitkan dengan gaya hidup (life style) masyarakat yang membutuhkan perband 2024;3. <https://doi.org/https://doi.org/10.57151/jeko.v3i1.295>.
- [17] Puspitasari D, Andri B. Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan 2024;1:461–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.62335/dm8jbf14>.
- [18] Kumrotin EL, Susanti A. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. J-MIND (Jurnal Manaj Indones 2021;6:1–13. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>.