

Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan Yokina Coffee and Eatery

Novi Sri Sandyawati¹, Farasandya Amalia Hapsari², M. Khoirul Anam³ Eko Wicaksono⁴, Sandi Irawan⁵

Email: novisrisandyawati@stia-bayuangga.ac.id¹

^{1,2,3,4,5}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bayuangga Probolinggo

Abstract

Business has grown rapidly and undergone constant transformation. The food and beverage industry is a promising one. Fast food cafes are currently a lifestyle trend for adults. Fast food cafes are considered dining establishments that can provide the desired relaxed atmosphere. Cafes can be a place to relax with friends or family, socialize with business associates, or even simply enjoy the solitude. The purpose of this study is to determine the Effect of Menu Variation, Price and Place Atmosphere on Customer Satisfaction at Yokina Coffee and Eatery. This study uses a descriptive method with a quantitative approach. Data collection techniques in this study use questionnaires, interviews, and observations. While the data analysis used is a descriptive technique that has 3 independent variables, namely X1 (Menu Variation), X2 (Price), X3 (Place Atmosphere) and 1 dependent variable, namely Y (Customer Satisfaction). The results of this study can be concluded that Menu Variation can have a positive effect on customer satisfaction. Price can have a very positive and significant effect on customer satisfaction. Place atmosphere has a very positive and significant effect on customer satisfaction, while the price variable has a very positive and significant effect on customer satisfaction, seen from the value of the regression coefficient results which are greater than the Menu variation and place atmosphere variables.

Keywords: *Influence, Menu Variation, Price, Place Atmosphere, Customer Satisfacti*

Abstrak

Bisnis telah berkembang pesat dan telah mengalami transformasi yang konstan. Industri makanan dan minuman merupakan industri yang menjanjikan. Cafe cepat saji saat ini sedang menjadi trend gaya hidup orang dewasa. Cafe cepat saji dianggap sebagai tempat makan yang dapat memberikan suasana santai yang diinginkan. Cafe bisa dijadikan sarana untuk bersantai bersama teman atau keluarga, bersosialisasi dengan rekan bisnis, bahkan ada yang datang untuk menikmati suasana kesendirian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan Yokina Coffee And Eatery".Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket (kuesioner), wawancara, dan observasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif yang memiliki 3 variabel bebas yaitu X1 (Variasi Menu), X2 (Harga), X3 (Suasana Tempat) dan 1 Variabel terikat yaitu Y (Kepuasan Pelanggan). Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Variasi Menu dapat berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan. Harga dapat berpengaruh sangat positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Suasana Tempat sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan sedangkan variabel harga sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dilihat dari nilai hasil koefisien regresinya lebih besar dibandingkan variabel variasi Menu dan suasana tempat.

Kata Kunci: *Pengaruh, Variasi Menu, Harga, Susana Tempat, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Bisnis di abad ke-21 telah berkembang pesat dan telah mengalami transformasi yang konstan. Contoh dari perubahan tersebut adalah perkembangan teknologi dan gaya hidup yang tidak terlepas dari pengaruh globalisasi yang sedang berlangsung. Industri makanan dan minuman merupakan industri yang menjanjikan. Karena pada dasarnya masyarakat mengandalkan makanan untuk bertahan hidup, maka hal ini bisa dikatakan menjadi alasan mengapa bisnis cafe sangat menjanjikan. Jika sebuah cafe menawarkan Menu yang bervariasi atau variatif, maka akan lebih mudah bagi sebuah restoran untuk menarik pelanggan. Bagi pelanggan, harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan untuk memperoleh, memiliki, dan memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Hasan, 2013: 521).

Secara teoritis semakin tinggi harga akan mengakibatkan minat pelanggan untuk membeli suatu produk Menurun. Secara bersamaan Menurunnya minat beli pelanggan atas suatu produk juga mengakibatkan Menurunnya jumlah barang terjual. Adapun faktor penting yang menjadi pilihan pelanggan adalah suasana tempat. Suasana tempat yang nyaman akan menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi pelanggan sebelum memutuskan untuk datang dan menikmati pelayanan yang disediakan oleh sebuah cafe. Begitu pula yang terjadi dengan tempat makan di Yokina *Coffee And Eatery* yang mempunyai inovasi Menu makanan, harga yang ekonomis serta suasana yang nyaman untuk bersama teman atau keluarga. Yokina *Coffee And Eatery* merupakan sebuah cafe yang launching pada 7 Februari 2022 dikota Probolinggo. Di Probolinggo sendiri, Yokina *Coffee And Eatery* berlokasi di Jl. Slamet Riyadi Gg. GLDK Serang I No. 56 Kanigaran, Kec. Kanigaran Kota Probolinggo. Dalam industri makanan dan minuman atau kuliner, tidak hanya didominasi oleh perusahaan kecil dan menengah, tetapi beberapa perusahaan besar juga bersaing secara aktif. Dengan melihat latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul “Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Yokina Coffee And Eatery Di Kota Probolinggo”.

Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini dikembangkan suatu kerangka berpikir dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitiannya. Melalui kerangka pikir ini, maka tujuan dilakukan penelitian semakin jelas telah terkonsep terlebih dahulu. Penelitian ini dilakukan karena Ingin Mengetahui Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Yokina Coffee And Eatery Di Kota Probolinggo.

Variasi Menu

Menciptakan suatu variasi pada produk akan menghasilkan keragaman bagi pelanggan, keragaman produk sendiri adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di café. Philip Kotler (2002:347) juga mengatakan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh pelanggan yang dihasilkan oleh suatu produsen. Tugas dari sebuah pemasaran sebenarnya bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk suatu produk, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan, Menurut Kotler & Keller

(dalam Bob Sabran, 2009:20), sehingga diharapkan dengan penyajian Menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para pelanggan yang masing-masing memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan bentuk atau rasa.

Harga

Berdasarkan sudut pandang pemasaran, harga adalah suatu moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sementara itu dari sudut pandang pelanggan, harga seringkali digunakan sebagai indikator pengukuran nilai dari manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Menurut Tjipto (2008:151), harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya atau pengeluaran.

Suasana Tempat

Store atmosphere adalah suasana toko yang sangat berpengaruh bagi sebuah toko untuk membuat pelanggan merasa betah dan nyaman memilih-milih jenis produk yang akan dibelinya. Untuk menciptakan suasana yang mendukung dari sebuah toko memerlukan desain yang memadai. Hal itu mencakup desain muka sebuah toko, pintu masuk, sirkulasi pengunjung dari jalan masuk, dan sebagainya.

Kepuasan Pelanggan

Dalam upaya memenuhi Kepuasan pelanggan, perusahaan memang dituntut kejelaniannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran Kepuasan sesudah pembelian tergantung kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya, maka definisi Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya).

METODE PENELITIAN

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Yokina Coffee And Eatery tepatnya di Gang GLDK Serang I No.56 Kanigaran, Kec. Kanigaran Kota Probolinggo. Variabel bebas (independen) merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan pada variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini, suasana tempat (X) sebagai variabel bebas. Menurut Sugiyono (2013:148) "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum di Kota Probolinggo sejumlah 100 orang, banyaknya populasi dalam penelitian ini, untuk mempermudah pengumpulan data perlu dilakukan pengambilan sampel penelitian. Sampel diambil dengan cara probability sampling, pengambilan sampel yaitu teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013: 154). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket (kuesioner), observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung objek penelitian, guna menambah data dan informasi yang diperlukan. Teknik analisis

data menggunakan analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan uji t pada Suasanaajat keyakinan sebesar 95% atau $\alpha = 0,05\%$. Dan uji determinasi, setelah diketahui nilai koefisien korelasinya, kemudian dicari determinasinya (sumbangan) ($R = x100\%$) (Sutrisno Hadi, 1991). Nilai R Square yang kecil Menurut Ghozali (2007: 83) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Statistik adalah bagian tunggal dari informasi faktual yang digunakan untuk tujuann analisis. Hal ini menggambarkan bahwa data menjadi informasi mentah dari mana statistic dibuat.

Tabel. 1
Data Statistik

	Variasi Menu	Harga	Suasana Tempat	Kepuasan Pelanggan
Statistik	100	100	100	100
Range	12.00	7.00	15.00	9.00
Minimum	13.00	8.00	15.00	30.00
Maximum	25.00	15.00	30.00	20.00
Sum	19.0400	1162.00	2505.00	1671.00
Std. Error	0.20691	0.15294	0.27391	0.15524
Std. Daviation	2.06911	1.52938	2.73907	1.55242
Variance	4.281	2.339	7.503	2.410

Sumber Data: Hasil Kuesioner Penelitian

Perbedaan jenis kelamin menjadi pembeda bagi seseorang dalam melakukan pembelian di Yokina Coffee And Eatery. Pada umumnya seseorang memilih jenis produk makan atau minuman yang menarik bentuknya dan sesuai dengan keinginan, maka jenis kelamin responden memungkinkan untuk memiliki perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Komposisi responden Menurut jenis kelamin disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel. 2
Deskriptif Frekuensi Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki – laki	37	37.0	37.0	37,0
Perempuan	63	63.0	63.0	63.0
Total	100	100.0	100.0	100.0

Sumber Data: Hasil Kuesioner Penelitian

Berdasarkan tabel 2 Deskriptif Frekuensi Jenis Kelamin diatas dapat disimpulkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang dan yang berjenis

kelamin perempuan sebanyak 63 orang, jadi yang dominan mengunjungi Yokina Coffee And Eatery adalah Perempuan.

Tabel. 3
Deskriptif Frekuensi Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
16 – 20	37	37.0	37.0	37,0
21 – 25	41	41.0	41.0	78.0
26 – 30	20	20.0	20.0	98.0
31 – 35	1	1.0	1.0	99.0
36 – 40	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber Data: Hasil Kuesioner Penelitian

Berdasarkan tabel 3 Deskriptif Frekuensi Usia, Menunjukkan bahwa responden yang berusia 16-20 sebanyak 37 orang, responden yang berusia 21-25 sebanyak 41 orang, responden yang berusia 26-30 sebanyak 20 orang, responden yang berusia 31-35 sebanyak 1 orang, dan responden yang berusia 36-40 sebanyak 1 orang, jadi pelanggan yang dominan berkunjung di Yokina Coffee And Eatery berusia 21-25 tahun.

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MENU	35	.15	.48	.2606	.09762
HARGA	35	-8.79	28.99	10.5654	8.81695
SUASANA	35	.08	4.23	1.3317	1.31372
KEPUASAN	35	.90	14.62	3.5034	3.48444
Valid N (listwise)	35				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.01088153
	Absolute	.159
Most Extreme Differences	Positive	.159
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.944
Asymp. Sig. (2-tailed)		.335

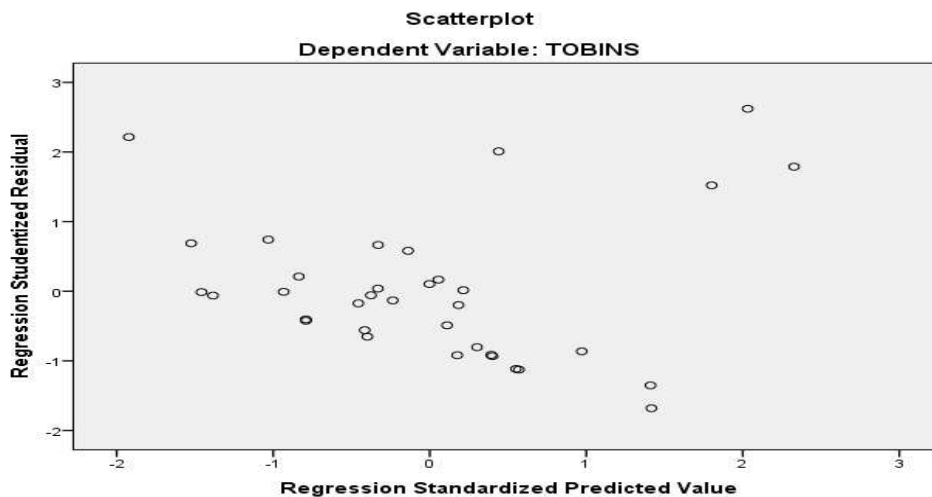
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan pengolahan SPSS di atas, dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu $0,335 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.503 ^a	.253	.181	3.15321	1.265

a. Predictors: (Constant), SUASANA, MENU, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS diperoleh nilai D-W sebesar 1,265. Nilai dl sebesar 1,283 dan nilai du sebesar 1,652 dilihat dari tabel Durbin Watson dengan n =30 dan k =3, sehingga $0 < 1,265 < 1,283$. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	7.160	2.276		3.145	.004		
	MENU	1.480	6.339	.041	.233	.817	.764	1.309
	HARGA	-.248	.077	-.628	-3.220	.003	.633	1.581
	SUASA NA	-1.065	.542	-.401	-1.966	.058	.578	1.731

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan hasil uji tersebut dapat dilihat bahwa nilai VIF dari variabel menu sebesar 1,309; harga sebesar 1,581; dan suasana sebesar 1,731 dimana masing-masing memiliki nilai VIF < 10. Pada nilai tolerance dari variabel menu sebesar 0,764; harga sebesar 0,633; dan suasana sebesar 0,578 dimana masing-masing memiliki nilai tolerance > 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat multikolinieritas.

Analisi Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.160	2.276		3.145	.004	
	MENU	1.480	6.339	.041	.233	.817	.764
	HARGA	-.248	.077	-.628	-3.220	.003	.633
	SUASANA	-1.065	.542	-.401	-1.966	.058	.578

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

1. Konstanta yang Menunjukkan bahwa apabila Menu, harga dan suasana adalah nol atau konstan maka kepuasan mengalami perubahan sebesar 7,160.
2. X1 mewakili koefisien menu sebesar 1,480 menyatakan bahwa setiap penambahan pengungkapan 1 menu, maka akan menambah kepuasan sebesar 1,480 atau 148%.
3. X2 mewakili koefisien harga sebesar -0,248 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 harga, maka akan mengurangi kepuasan sebesar 0,248 atau 24,8%.
4. X3 mewakili koefisien suasana sebesar -1,065 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 suasana maka akan mengurangi kepuasan sebesar 1,065 atau 106,5%.

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.503 ^a	.253	.181	3.15321	1.265

a. Predictors: (Constant), SUASANA, MENU, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan hasil pengolahan di atas, nilai R sebesar 0,503 Menunjukkan bahwa variabel menu, harga, dan suasana memiliki korelasi yang erat. Sedangkan *Adjusted R Square* memiliki nilai sebesar 0,181 yang berarti varians dari variabel independen yaitu menu, harga, dan suasana mampu menjelaskan kepuasan sebesar 18,1 %. Sedangkan 81,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	104.580	3	34.860	3.506	.027 ^b
Residual	308.224	31	9.943		
Total	412.804	34			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), SUASANA, MENU, HARGA

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh F hitung sebesar 3,506 dengan signifikansi 0,027 berarti H_a diterima dan H_0 ditolak karena F hitung (3,506) lebih besar dari F tabel (2,90) atau $\text{sig } 0,027 < 0,05$. Sehingga variabel independen (menu, harga, dan suasana) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	7.160	2.276		3.145	.004		
MENU	1.480	6.339	.041	.233	.817	.764	1.309
HARGA	-.248	.077	-.628	-3.220	.003	.633	1.581
SUASANA	-1.065	.542	-.401	-1.966	.048	.578	1.731

a. Dependent Variable: KEPUASAN

- 1) menu (X1) berdasarkan hasil penelitian X1 diperoleh nilai t hitung sebesar 0,233 sedangkan tingkat signifikannya adalah 0,817 lebih besar dari taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Sehingga hipotesis 1 (H_1) ditolak karena tingkat signifikan menu lebih besar dari taraf signifikan. Oleh karena itu variabel menu secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- 2) harga (X2) berdasarkan hasil penelitian X2 diperoleh nilai t hitung sebesar -3,220 sedangkan tingkat signifikannya adalah 0,003 lebih kecil dari taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Sehingga hipotesis 2 (H_2) ditolak karena tingkat signifikan harga lebih kecil dari taraf signifikan. Oleh karena itu variabel harga secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
- 3) suasana (X3) berdasarkan hasil penelitian X3 diperoleh nilai t hitung sebesar -1,966 sedangkan tingkat signifikannya adalah 0,048 kurang dari taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Sehingga hipotesis 3 (H_3) diterima karena tingkat signifikan suasana lebih besar dari taraf signifikan. Oleh karena itu variabel suasana secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Variabel variasi menu ditemukan indikator yang menarik konsumen untuk berkunjung yaitu variasi di Yokina Coffee And Eatery sangat beragam namun variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan pengunjung tidak menjadikan variasi menu ini sebagai variabel utama dalam menentukan kunjungan mereka. Hal ini juga menjadi evaluasi pemilik cafe sehingga berusaha untuk update makanan dan minuman yang sedang *hype* atau diinginkan konsumen. Hal yang dilakukan pemilik adalah dengan cara update dengan tren anak muda, menambah variasi menu, serta menambah gambar yang menggiurkan sehingga konsumen tertarik. Mereka juga menggunakan akun instagram khusus untuk cafe mereka sehingga sebelum konsumen berkunjung mereka bisa melihat menu menu di instagram Yokina Coffee And Eatery. Hasil pengujian secara parsial (uji t) Menunjukkan bahwa variabel independen yaitu, menu berpengaruh positif sedangkan harga dan suasana berpengaruh negatif terhadap kepuasan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022) dengan judul Pengaruh Variasi Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin

Harga merupakan salah satu alasan konsumen ingin berkunjung di Yokina Coffee And Eatery, hal inilah yang membuktikan bahwa variabel harga merupakan variabel kedua yang mempengaruhi konsumen untuk berkunjung. Hal ini yang melandasi pemilik cafe untuk mempertahankan kunjungan konsumen dengan cara mematok harga berkompetitif dengan pesaing sehingga makanan dan minuman di Dbest memiliki kualitas yang sesuai dengan harga. Islam mengajarkan bahwa hendaknya kita tidak melakukan pemborosan dan mempertimbangkan harga yang adil dan wajar dalam membeli atau mengunjungi suatu tempat, hal ini merupakan salah satu ciri khas konsumen dalam islam, sehingga dalam penelitian kali ini dapat dipastikan bahwa harga yang ditawarkan oleh Yokina Coffee And Eatery memiliki harga yang terjangkau serta bersaing dengan cafe lainnya. Variabel Harga dalam hipotesis 2 (H2) ditolak karena Variabel harga secara parsial berpengaruh negatif terhadap Kepuasan. Hal ini dilihat dari koefisien beta pada variabel harga (X2) Sebesar -0,248 dengan nilai t hitung sebesar -3,220. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Minarti, A., & Rayhan, M. (2021). Dengan judul Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'malaka Watansoppeng.

Bangunan dan interiornya sesuai dengan selera pengunjung sehingga mempengaruhi minat berkunjung konsumen. Hal ini membuktikan hawa suasana cafe memiliki pengaruh yang utama bagi konsumen tertarik berkunjung. Indikator ini merupakan salah satu indikator yang diperhatikan oleh pemilik cafe agar dapat mempertahankan minat kunjungan konsumen, seperti menjaga cafe selalu bersih dan nyaman serta pelayanan yang baik. Dengan begitu diharapkan pengunjung akan betah dan tidak bosan berkunjung di Dbest cafe tuamang. Variabel suasana dalam hipotesis 3 (H3) ditolak karena variabel suasana secara parsial tidak memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan. Hal ini dilihat dari koefisien beta pada variabel suasana (X3) Sebesar -1,065 dengan nilai t hitung sebesar -1,966. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Minarti, A., & Rayhan, M. (2021). Dengan judul Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'malaka Watansoppeng

Hasil pengujian secara simultan (uji F) Menunjukkan bahwa menu, harga, dan suasana berpengaruh terhadap kepuasan yang dilihat dari nilai signifikansinya ($0,027 < 0,05$).

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Menu tidak memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini Menunjukkan bahwa menu belum mampu mempengaruhi dalam hal meningkatkan kepuasan.
2. Harga memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan. Hal ini Menunjukkan bahwa harga belum mampu meningkatkan kepuasan.
3. Suasana tidak memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan.

Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah kategori usaha lainnya yang akan diteliti agar memperoleh data yang lebih akurat
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lainnya, guna meningkatkan nilai *Adjusted R Square*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 68-78.
- Budiman, H., Wasito, S. E., & MSIE, P. I. (2018). Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Teras Bekamin Cafe And Resto (Doctoral dissertation, Perpustakaan FEB-UNPAS BANDUNG).
- Dharma, B. Aisah, M, N. M. K. S. S. (2022). Analisis Fitur Pengguna Shopee Paylater Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mahasiswa Manajemen Kelas VIIIC, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan)Vol. 3, 1028–1039.
- Astuti, F., Welsa, H., & Kurniawan, I. S.(2019). Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso. *Manajemen Dewantara*, 3(1), 151-160.
- Hasbi, M. Z. N., & Widayanti, I. (2021). Analysis of Ijarah Contract Service Innovations in Sharia Banking Transactions. 282–290.
- Julia, S., & Kamilah, K. (2023). Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 63-68.
- Kurnain, R. N., & Marlana, N. (2021). Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Fruts Cafe Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1279-1285.
- Makarim, I. A., & Pradana, B. I. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital, Word Of Mouth, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 139-146.
- Malelak, M. I., Memarista, G., & Anastasia, N. (2018). Pengaruh faktor demografi terhadap perilaku penggunaan kartu kredit. *Jurnal Inovasi & Bisnis (Inovbiz)*, 4(2), 172-188.
- Nafi'Hasbi, M. Z.. (2019). Dampak Krisis Keuangan Global Terhadap PerbankanDi Indonesia. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 13(2), 385–400.
- Mathematics, A. (2016). Analisa Karaktefflstk Demo Graft Dan Persepsi Nilai Konsumen Yang Mendtskriminasi Keputusan Konsumen Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Dalam Memilifi Tempat Berbelanja Di WilayahiiSub Urban Bekasi. XVIII, 1–23.
- Mentari, A., & Armia, S. (2016). Pengaruh faktor demografi terhadap keputusan pembelian mobil di Kota Banda Aceh dengan persepsi merek mewah sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 1(1), 23-36.

- Oktaviani, A. A., Komsiah, S., & Syaifuddin, S. (2022). Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(3), 100-107.
- Se, R. O. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Di Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Oktavia, V. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Tokopi Restoran Palembang)(Doctoral dissertation, STIE Multi Data Palembang).
- Pane, D. N., Fikri, M. EL, & Ritonga, H. M. (2018). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Memilih Wisata Ziarah (Studi Pada Pengunjung Wisata Ziarah Makam Sunan Bonang di Tuban). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ruslan, M. R., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. (2020). Analisis preferensi konsumen terhadap kopi bogor di tiga kedai kopi bogor. *Jurnal Agribisains*, 6(2), 101-114.
- Sembiring, V. A. (2017). Analisa pengaruh minat konsumen berkunjung terhadap keputusan membeli di Cafe Strawberry. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(3), 213-224.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26-33.