

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CAFE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Tipe Cafe Surabaya)

Putri Andika Sari

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email: putrisari10@mhs.unesa.ac.id

Saino

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email: saino@unesa.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan bisnis terus berkembang, salah satunya adalah bisnis Cafe. Penelitian ini berkaitan dengan kenyamanan untuk menikmati komunikasi dengan keluarga dan kerabat, yang tujuannya merupakan suatu usaha agar dapat mengetahui dampak dari kualitas layanan dan Cafe *atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Tipe Cafe Surabaya, secara parsial dan simultan. Metode penelitian adalah kuantitatif deskriptif. Populasi adalah pelanggan Tipe Cafe yang telah mengunjungi tiga kali, dan sampel berjumlah 90 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner Online dan penyebaran angket. Sedangkan Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda, program yang digunakan oleh SPSS 24 *For Windows*. Hasil penelitian secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan Cafe *atmosphere* adanya suatu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Maka dari hasil penelitian terdapatnya kualitas layanan dan Cafe *atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Cafe Atmosphere, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Business development continues to grow, one of which is the Cafe business. This research is related to the convenience to enjoy communication with family and relatives, the purpose of which is an attempt to find out the impact of service quality and Cafe atmosphere on customer satisfaction in Tipe Cafe Surabaya, partially and simultaneously. The research method is quantitative descriptive. The population is Tipe Cafe customers who have visited three times, and the sample is 90 respondents. Data collection methods in this study used an online questionnaire and questionnaire distribution. While the data analysis in this study uses Multiple Linear Regression, a program used by SPSS 24 for Windows. The results of research partially service quality significantly influence customer satisfaction. Whereas Cafe atmosphere has a significant influence on customer satisfaction. So from the results of the study there is the quality of service and Cafe atmosphere significantly influence customer satisfaction.

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

PENDAHULUAN

Pada peradaban yang berkembang dalam kehidupan manusia dan budaya dan perkembangan arus globalisasi mengarah pada fakta bahwa nilai-nilai budaya bergerak dari masyarakat sosial ke individualitas yang lebih besar. Karena jadwal yang ketat dan mobilitas yang tinggi, masyarakat perkotaan membutuhkan tempat untuk menghilangkan kepenatan setelah rutinitas sehari-hari. Tindakan yang diambil untuk menghilangkan kelelahan biasanya santai dengan makan, minum dan mendengarkan musik, atau hanya mengobrol dengan keluarga, teman, atau rekan bisnis.

Pengembangan bisnis di Indonesia saat ini menjadi semakin kompetitif. Perkembangan ini juga ditandai dengan munculnya berbagai jenis bisnis, seperti bisnis properti, bisnis manufaktur, dan bisnis kuliner yang tidak kalah berkembang. Di Indonesia sendiri banyak bisnis berdiri di bidang kuliner. Bisnis kuliner adalah bisnis

yang dipilih oleh para pelaku bisnis karena memiliki prospek yang baik. Salah satu kota terbesar di Indonesia adalah Surabaya, yang merupakan tempat untuk mengembangkan bisnis yang bersaing di pasar.

Banyak bisnis kuliner telah didirikan di Surabaya. Namun, perubahan gaya hidup di masyarakat suka menghabiskan waktu bersama keluarga, teman atau rekan bisnis, dimana ada tempat yang nyaman untuk bersantai dan bersosialisasi misalnya di taman kota, cafe atau restoran. Ini bisa membuka peluang bisnis yang bagus, salah satunya adalah warnet.

Cafe merupakan tempat yang tepat bagi semua kalangan masyarakat yang ingin bersantai menikmati suasana di Cafe tersebut. Konsep Cafe yang unik dan kreatif akan menjadikan konsumen dalam memutuskan untuk mengunjungi atau sekedar sebagai tempat bersantai mereka setelah melakukan perjalanan yang jauh

dengan kendaraan. Konsumen juga tidak hanya merasakan cita rasa makanan yang disediakan, tetapi juga faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen, seperti suasana tempat, lokasi, harga, fasilitas, hiburan dan aspek layanan di kafe.

Suasana kafe adalah salah satu faktor pendukung kafe, di mana suasana yang diciptakan dapat membuat konsumen merasakan sesuatu yang berbeda di setiap kafe yang mereka kunjungi. Suasana kafe, dibuat oleh desain interior dan eksterior, gemuruh / tenang, musik, pencahayaan, dan segala sesuatu yang pada akhirnya menciptakan perasaan nyaman atau kecewa yang mungkin dialami konsumen. (Vivianli, 2016)

Tipo Cafe adalah salah satu tempat cafe yang dapat untuk nongkrong dan bersantai di Surabaya. Tipo Cafe adalah sebuah cafe yang terletak di Jl. Dr. Ir. H. Sukarno no. 02 Surabaya Jam buka cafe ini mulai dari pukul 09:00 hingga 00:00.

Tipo Cafe adalah Cafe 3in1 konsep, dimana produk yang ditawarkan tidak hanya menu per piring, melainkan Prasmanan dan Katering dengan konsep yang cozy atau nyaman untuk nongkrong. Tipo Cafe merupakan Cafe dengan tipe bean coffe yang tidak ada dimana pun, melainkan hanya di Tipo Cafe Surabaya, dan memiliki signature coffe drink yaitu Susu Nona (espresso Tipo – gula aren – fresh milk) yang banyak digemari pengunjung Tipo itu sendiri, tidak hanya itu Tipo Cafe memiliki menu per piring dari snack, menu utama sampai makanan penutup yang manis dengan harga *low price* atau ramah kantong dan *good taste* atau rasa bintang 5. (sumber : Tipo Cafe)

Pelayanan yang diberikan sudah maksimal mulai dari pelanggan datang sampai dengan pelanggan pulang. Hal ini dapat dilihat dari tempat yang luas dan aman karena ada petugas parkir. Tempat parkir juga strategis terletak persis di depan Cafe.

Sebelumnya Tipo Cafe memiliki konsep yang dimana mengutamakan menu kopi dan memiliki barista namun berdasarkan observasi yang dilakukan konsumen yang berkunjung ke Tipo Cafe kurang berminat dengan menu yang ditawarkan, karena pemilik Cafe mengatakan misalkan ada 5 konsumen yang sedang berkunjung namun yang berminat memesan menu hanya 3 orang saja sedangkan yang lainnya hanya menikmati fasilitas dan suasana Cafe yang diberikan oleh Tipo. Untuk itu Tipo Cafe merubah konsep 3in1 tidak hanya menawarkan menu per piring melainkan prasmanan dan katering.

H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Tipo Cafe Surabaya

Sebuah Cafe harus dapat menciptakan suasana nyaman yang dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan pembelian. Salah satu strategi yang dapat diterapkan di Tipo Cafe merupakan suatu usaha café yang berusaha memberikan tempat yang bersih indah dan nyaman sehingga konsumen yang pernah membeli akan mempunyai minat membeli kembali di café yang sama, sehingga akan meningkatkan konsumen untuk membeli di café. Dari bukunya Octaviani (2014) mengatakan bahwa suasana dan tempat akan dapat mempengaruhi ketertarikan oleh konsumen di Coffe

Toffee Jatim Expo Surabaya sehingga konsumen akan merasakan nyaman dan kepuasan.

Menurut Utami (2010) Menciptakan suasana adalah desain lingkungan dengan elemen visual, musik, warna, pencahayaan dan aroma untuk meningkatkan reaksi emosional dan persepsi konsumen, untuk meningkatkan konsumen untuk membeli barang. Cafe memberikan suasana yang indah pada saat malam hari, dimana suasana dimalam hari terdapat banyak lampu diiringi tempat outdoor yang memberikan kesejukan angin dimalam hari sehingga terkesan menarik untuk dapat dinikmati bersama keluarga, teman atau rekan bisnis. Dengan adanya penciptaan atmosphere akan menimbulkan keinginan untuk membeli. Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian adalah bagian penting dari perilaku konsumen. Tipo Cafe harus bisa mendorong terjadinya keputusan pembelian dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen pada Cafenya.

Tipo Cafe memberikan suasana Cafe yang cozy atau nyaman dan berbeda dengan Cafe lain dengan pemandangan laguna ala danau dan gedung yang megah ala Eropa akan menambah kenyamanan pelanggan untuk nongkrong di Tipo Cafe. Arsitektur Tipo Cafe cukup modern, hal ini terlihat dari penggunaan lantai dari kayu dan pemasangan lampu yang menggunakan lampu gantung yang menimbulkan kesan modern kemudian Tipo Cafe juga menyediakan sepak bola meja. Serta meja dan kursi yang tertata rapi dan terdapat ruangan indoor dan outdoor, pelanggan juga bisa memesan tempat dan katering untuk meeting, ulang tahun dan event lainnya.

Ada beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur kualitas layanan, termasuk: 1) Berwujud, penampilan karyawan yang baik dan kafe yang luas dan aman, 2) meningkatkan (*Reliability*), menyediakan layanan cepat dan teliti dalam melayani pelanggan dan selalu memberikan informasi tentang pilihan menu baru dan promosi, 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), menangani keluhan pelanggan langsung, inisiatif membersihkan meja dan kursi kotor serta selalu membantu konsumen, 4) Jaminan (*Assurance*), ramah dalam menyampaikan informasi, kespoan karyawan dalam sapaan dengan salam dan tidak lupa sengan ucapan terimakasih saat selesai mengunjungi cafe, 5) Kepedulian / Empati (*Empathy*), memahami kebutuhan konsumen dan perhatian pada setiap konsumen yang sedang berkunjung.

H2 : Suasana Cafe (Cafe Atmosphere) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Tipo Cafe Surabaya

Seluruh elemen yang diberikan oleh Tipo Cafe mulai dari pelayanan yang diberikan sudah terbilang baik karena Tipo Cafe tidak ada biaya parkir hal ini harusnya menjadi daya tarik sendiri bagi pengunjung karena bisa berhemat biaya namun faktanya konsumen yang ada di Tipo Cafe masih tidak begitu ramai. Suasana Cafe juga sudah cozy atau nyaman tetapi untuk bangunan gedung masih terbilang kurang luas dan lokasinya juga masih dibagi menjadi 2 bagian yang bersebelahan dengan Dimsum Choi.

Dilihat dari jumlah pengunjung yang datang ke Tipe Cafe selama tiga bulan terakhir, ada perbedaan dalam jumlah pengunjung di setiap bulan.

Tabel 1. Data pengunjung pada bulan Februari – April 2019

No	Bulan	Jumlah
1	Februari	620
2	Maret	652
3	April	568
Total		1.840

(Sumber : Data Tipe Cafe, 2019)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung ke Tipe Cafe pada bulan Februari-April 2019, pada bulan Maret pengunjung Tipe Cafe mengalami peningkatan sebanyak 22 orang sementara pada bulan april terjadi penurunan jumlah konsumen sebanyak 84 orang.

Menurut (Shelia, 2015), fluktuasi jumlah pengunjung disebabkan oleh persaingan bisnis di bidang kuliner. Banyak orang berpikir bahwa konsumen setia pada satu restoran. Pemilik restoran menciptakan berbagai strategi untuk menarik pelanggan, salah satunya dapat dibuat dari suasana yang ditawarkan oleh restoran.

Indikator yang digunakan untuk cafe atmosphere yakni : 1) Exterior, desain café yang menarik dan bisa juga bagi café yang menyediakan area outdoor yang bersuasana alam dan pemandangan yang segar, 2) Interior, kondisi yang ada didalam café tersebut misalkan cahaya ruangan yang baik, warna dinding yang estetis, musik didalam cafe, aroma yang harum, kebersihan serta suhu udara yang nyaman, 3) Cafe layout, yang memudahkan konsumen mengenali setiap tata letak cafe yang dikunjungi misalkan area smoking dan non-smoking 4) Interior display, petunjuk arah disetiap tempat yang ada dicafe.

H3 : Kualitas pelayanan dan suasana Cafe (Cafe Atmosphere) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Tipe Cafe Surabaya.

Dari penjelasan sebelumnya, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Cafe dan Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Tipe Cafe Surabaya).”

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian dilakukan langsung pada objek peneliti untuk menunjukkan pengaruh antara Kualitas Layanan (X1) dan Cafe Atmosphere (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pelanggan di Tipe Cafe Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung di Tipe Cafe Surabaya. Dengan karakteristik responden yang digunakan sebagai sampel yaitu pengunjung konsumen remaja, dewasa

muda / pekerja pemula, berusia 18-40 tahun, sudah berkunjung di Tipe Cafe tiga kali.

Populasi penelitian ini berjumlah 613 pengunjung. Sedangkan untuk sampel digunakan metode pengambilan *Non Probability Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel tidak memberikan pengaruh yang sama terhadap setiap unsur dan populasi yang akan dipilih sebagai sampel. Apabila populasi dihitung dengan rumus rumus Taro Yamane, maka akan menghasilkan 90 responden dan akan diambil semuanya untuk dijadikan sampel. Berikut rumus Taro Yamane yang digunakan :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d²= Tingkat kesalahan 10%

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *Online* dan penyebaran angket di Tipe Cafe. Dalam menguji instrumen penelitian, dilakukan uji validitas dan reliabilitas 30 responden. Uji validitas menggunakan *Correlation Pearson*, dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, yang semuanya ada pada *software SPSS 24 For Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil data yang telah didapatkan selama Juli 2019 sampai Oktober 2019 dengan 90 responden, selanjutnya akan dibahas karakteristik responden dan analisis datanya terkait Pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Cafe Atmosphere (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Tipe Cafe Surabaya.

Karakteristik responden

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan kuesioner online dan penyebaran angket yang telah disebar yaitu responden yang berkunjung di Tipe Cafe Surabaya yang berdasarkan usia sebagai berikut :

Tabel 2 Usia

Usia	Jumlah	Persentase
18-22 tahun	45	50,0%
23-27 tahun	44	48,9%
28-32 tahun	1	1,1%
33-40 tahun	0	0
Lainnya	0	0
Jumlah	90	100%

(Sumber : Diolah peneliti, 2019)

Demikian dari tabel di atas menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian ini terlihat bahwa jumlah responden terbesar berusia 18 hingga 22 tahun adalah sebanyak 45 orang, dan jumlah terkecil responden berusia 28 hingga 32 tahun, yaitu sebanyak 1 orang. Hal ini bahwa pengunjung dicafe lebih dominan yang berusia muda.

Tabel 3 Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	2	2,2%
Pegawai Swasta	25	27,8%
Wirasaha	2	2,2%
Mahasiswa	57	63,3%
Lainnya	4	4,4%
Jumlah	90	100%

(Sumber : Data diolah peneliti, 2019)

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat dilihat bahwa pengunjung di Tipo Cafe dengan jumlah terbesar adalah mahasiswa. Sehingga dapat dilihat dari hasil diatas bahwa peminat dari tempat Cafe banyak dari mahasiswa karena sangat cocok untuk mereka yang ingin santai dengan teman dan mengerjakan tugas.

Tabel 4 Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	59	65,6%
Laki-laki	31	34,4%
Jumlah	90	100%

(Sumber : Data diolah peneliti, 2019)

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh selama penyebaran kuesioner, data diperoleh mengenai jenis kelamin responden, seperti yang ditunjukkan pada maksud dari tabel di atas , total 59 orang.

Tabel 5 Yang diajak berkunjung ke Tipo Cafe

Berkunjung	Jumlah	Persentase
Sendiri	13	14,4%
Saudara	10	11,1%
Teman	57	63,3%
Keluarga	10	11,1%
Jumlah	90	100%

(Sumber : Data diolah peneliti, 2019)

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka, data dari tabel diatas dapat dilihat pengunjung yang datang mengunjung di Tipo Cafe banyak yang berkunjung cafe dan banyak yang mengajak bersama teman untuk menikmati dan bersantai di cafe dengan jumlah 57 orang.

Tabel 6 Menu favorit

Menu Favorit	Jumlah	Persentase
Snack	14	15,6%
Sandwich	10	11,1%
Coffe	39	43,3%
Skewer	3	3,3%
Menu Utama	17	18,9%
Baverage	7	7,8%
Jumlah	90	100%

(Sumber : Data diolah peneliti, 2019)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap pengunjung di Tipo Cafe memilih menu favoritnya kopi dengan 39 responden.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas, nilai signifikansi dari *unstandardized residual* adalah 0,200 artinya suatu nilai yang lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas, menghasilkan tidak terjadi korelasi, karena nilai VIF <10 dengan nilai Tolerance > 0,1, Tolerance/VIP sebagai berikut : kualitas layanan (X1) dan Cafe atmosphere (X2) memiliki nilai toleransi 0,697 > 0,1 dan VIF 1,435 <10.

Uji Linearitas, hasilnya seluruh variabel yang digunakan dinyatakan bahwa terdapatnya suatu hubungan linier (Deviation from Linearity) > 0,05, sebagai berikut : $X1*Y = 0,504$ dan $X2*Y = 0,067$.

Uji Heteroskedastisitas, hasilnya menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas, karena pola *scatterplot* menyebar tak beraturan, tidak menunjukkan bentuk tertentu dan menyebar di bawah 0, disumbu Y.

Uji Autokorelasi, dapat diketahui bahwa hasil dari Asymp. Sig adalah sebesar 0,396 atau lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi linier ini tidak terdapat gejala autokorelasi

Persamaan liner berganda dengan SPSS 24 for windows, dapat dirumuskan seperti berikut :

$$Y = 1,132 + 0,258X1 + 0,192X2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linier di atas, dapat dijelaskan oleh pernyataan berikut : (1) Konstanta 1,132 bertanda positif (+) diartikan apabila variabel bebas yaitu kualitas layanan dan Cafe atmosphere berpengaruh positif. Maka apabila kualitas layanan (X1) dan Cafe atmosphere (X2) tetap atau tidak terjadi perubahan dari sebelumnya maka kepuasan pelanggan akan tetap terjadi. (2) Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,258 bernilai positif (+) yang berarti apabila kualitas layanan (X1) semakin meningkatkan maka kepuasan konsumen (Y) juga akan mengalami peningkatan. (3) Berdasarkan Nilai koefisien regresi variabel Cafe atmosphere (X2) memiliki nilai sekitardv 0,192 bernilai positif (+) yang berarti semakin tinggi nilai dari Cafe atmosphere (X2) maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda H1

Model	Koefisien Regresi	T	Tabel	Sig.
Kualitas Layanan	0,258	5,426	1,98	0,000

(Sumber : Data diolah peneliti, 2019)

Kualitas layanan merupakan sesuatu strategi yang utama ketika sebuah perusahaan atau pebisnis ingin menarik konsumen atau mendapatkan konsumen hingga menjadi pelanggan tetap ditempat mereka. Maka yang harus sangat diperhatikan bagi setiap seseorang yang berbisnis diberbagai segala bidang harus memperhatikan pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen agar konsumen merasa senang dan puas ketika membeli atau berkunjung ditempat mereka.

Berdasarkan hasil hipotesis pertama dari variabel kualitas layanan yang memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,258. Terkait dengan perbedaan antara kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (Y). Itu juga dapat meningkatkan kualitas layanan yang disediakan semakin baik, itu akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Tipe Cafe.

Sedangkan untuk uji t pada variabel kualitas layanan, nilai t lebih besar dari t tabel ($5,426 > 1,9876$), dan nilai signifikannya adalah $0,000 < 0,05$, yang berarti signifikan. Meminta hipotesis pertama yang berbunyi "kualitas layanan yang diterima untuk kepuasan pelanggan" dapat diterima.

Kualitas layanan secara menyeluruh mempunyai pengaruh yang positif terhadap hasil dari kepuasan konsumen. Kualitas layanan di Tipe Cafe sangat mempengaruhi pelanggan di Tipe Cafe. Ini terbukti dalam persentase kualitas layanan tertinggi.

Dari indikator dengan hasil persentase 4,07% mengenai berwujud dalam kualitas layanan menyatakan bahwa karyawan mengawali sapaan dengan senyum ini mempengaruhi konsumen yang berkunjung dengan nyaman sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan.

Dari indikator dengan hasil persentase 4,02% yaitu keandalan mengenai karyawan menyampaikan informasi dengan ramah, pengunjung akan merasa senang apabila komunikasi yang disampaikan oleh karyawan di Tipe Cafe baik dan ramah. Sehingga dapat mempengaruhi kepuasan sendiri bagi pelanggan di Tipe Cafe.

Dari indikator dengan hasil persentase 3,99% yaitu daya tanggap yang di dalamnya menjelaskan bahwa Tipe Cafe memiliki karyawan yang tanggap terhadap kebersihan meja dan kursi yang kotor dalam menghadapi pelanggan dengan waktu yang tepat sehingga pelanggan merasa puas.

Dari hasil jawaban responden yang senang dengan kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan di tipe café dengan cara selalu mengawali sapaan dengan senyum akan memberikan pikiran positif terhadap pelanggan, dan pelanggan juga senang terhadap penyampaian informasi yang diberikan oleh karyawan di tipe cafe sehingga pelanggan tidak merasakan kebingungan ketika memesan menu makanan yang kurang jelas, serta pelanggan merasa puas dengan ketanggapan karyawan yang selalu membersihkan meja dan kursi yang kotor sebelum ada pelanggan yang datang jadi ketika ada pelanggan baru mereka akan senang karena tempatnya bersih.

Hasil penelitian ini juga memperkuat teori Choirah (2014), yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi kepuasan yang diterima, dan teori Lupiyoadi (2014), yang menyatakan

bahwa salah satu alasan untuk kepuasan pelanggan adalah faktor kualitas layanan, selain itu hasil penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian sebelumnya dari Vivianli Liu (2016), kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan H2

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda H2

Model	Koefisien Regresi	T	T Tabel	Sig.
Cafe Atmosphere	0,192	3,798	1,98	0,000

(Sumber : Data diolah peneliti, 2019)

Cafe atmosphere merupakan salah satu faktor pendukung cafe, di mana tempat dan suasana yang nyaman akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil hipotesis yang kedua dari variabel cafe atmosphere memiliki nilai koefisien regresi yang positif sekitar 0,192. Artinya ada pengaruh searah antara cafe atmosphere (X2) dan kepuasan pelanggan (Y). hal ini juga dapat diartikan apabila cafe atmosphere semakin bagus dalam pelayanan maka semakin meningkatnya ketertarikan konsumen di Tipe Cafe.

Sedangkan untuk uji t pada variabel kualitas layanan, nilai t lebih besar dari t tabel ($3,798 > 1,9876$), dan nilai signifikannya adalah $0,000 < 0,05$, yang berarti signifikan. Percayalah hipotesis pertama yang berbunyi "suasana kafe diterima menuju kepuasan pelanggan" bisa diterima.

Dengan adanya suasana Cafe yang telah membuktikan adanya kepuasan pelanggan yang signifikan. Keseluruhan Cafe memberikan suasana positif dan signifikan untuk kepuasan pelanggan. Cafe atmosphere pada Tipe Cafe sangat berpengaruh pada pelanggan di Tipe Cafe. Hal ini dapat dilihat dari indikator persentase tertinggi pada Cafe atmosphere.

Indikator dari hasil persentase 4,02% menjelaskan Tipe Cafe memiliki batas antara area smoking dan non-smoking, pelanggan akan merasa senang dengan penataan ruangan seperti ini karena pelanggan akan merasa bebas memilih untuk menikmati ruangan tanpa mengganggu pelanggan lainnya, sehingga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Indikator dari hasil persentase 4,01% mengenai interior yang menjelaskan Tipe Cafe menggunakan tata cahaya lampu yang baik, hal ini karena banyaknya lampu yang digunakan, warna dinding, kemudian adanya music yang diputar terdengar nyaman saat mendengarkannya serta aroma Cafe yang harum dan suhu ruangan yang nyaman sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil analisis regresi linier berganda menyimpulkan bahwa pada variabel Cafe atmosphere ketika tetap maka tetap akan terjadi kepuasan dan bisa saja dipengaruhi oleh variabel lain, sedangkan faktor yang mempengaruhi yaitu dari mayoritas pengunjung

adalah mahasiswa/pelajar dimana mereka saat berkunjung memperhatikan Cafe atmosphere yang ada di Tipo Cafe.

Dari hasil jawaban responden menunjukkan bahwa mereka menyukai tempat yang ada area smoking dan non-smoking dengan ini kenyamanan pelanggan akan bertambah karena merasa tidak terganggu dengan asap rokok bagi mereka yang memilih tempat di non-smoking, tata cahaya juga memiliki pengaruh bagi setiap cafe karena dengan tata cahaya yang baik konsumen akan merasa senang dengan itu mereka bisa membuat atau berfoto ditempat yang dikunjungi, jika cahaya yang diberikan terlalu gelap akan mempengaruhi ketertarikan konsumen yang akan berkunjung maka dari itu pemilik café juga harus memperhatikan tata cahaya agar konsumen tertarik untuk berkunjung kembali.

Hasil penelitian ini juga menguatkan teori, menurut Utami (2010), bahwa menciptakan suasana merupakan suatu konsep yang mempunyai nilai dengan berbagai elemen yaitu music audio dan warna serta percahayaan yang semuanya akan memberikan pengaruh terhadap konsumen sehingga konsumen akan teraika untuk melakukan pembelian kembali. Saat menciptakan suasana, ada keinginan untuk membeli. Dari hasil penelitian ini berusaha memberikan klarifikasi terhadap penelitian yang lakukan oleh Maria Christiana (2017), yang mengatakan bahwa suasana di cafe memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Cafe Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan

Demikian dari hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan suatu nilai koefisien yang dikatakan berbeda dari setiap variabel independen. Sedangkan dari hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa terdapatnya nilai F, yang dilihat dari simultan variabel independen (kualitas layanan dan cafe atmosphere) yang berhubungan dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan) sehingga memberikan hasil nilai f berjumlah sekitar 47,755 dengan mempunyai tingkat signifikannya sekitar 0,000, sedangkan terdapatnya nilai yang masih kurang dari 0,05 atau 5%. Sehingga hipotesis ketiga yang “kualitas layanan dan cafe atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan” dinyatakan dapat di terima dengan baik.

Sedangkan dilihat dari segi Nilai koefisien berganda (Adjusted R²) mempunyai nilai sekitar 0,512 atau kalau di buat presentase sekitar 51,2%, maksudnya terdapat suatu hubungan yang erat terhadap kepuasan dari konsumen dari suatu variabel bebas kualitas layanan (X1) dan dari suasana kafe di kategorikan (X2). Sehingga mempunyai sisa sekitar 48,8% itu di pengaruhi dari faktor selain variabel pada penelitian. Sedangkan dari hasil yang diberikan responden yaitu terdapatnya kualitas layanan di Tipo Cafe yang memperoleh nilai sebesar 4,07 dalam kategori jawaban tertinggi.

Berdasarkan dari hasil uji f, diketahui menunjukkan bahwa variabel independen dalam kualitas layanan dan Cafe atmosphere secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Tipo Cafe Surabaya.

Berdasarkan penjelasan yang diberikan sebelumnya, maka kesimpulannya bahwa kualitas layanan dan penciptaan Cafe atmosphere yang menarik dan nyaman yang mana akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan, Cafe atmosphere yang disediakan oleh Tipo Cafe menarik dan juga memiliki dampak yang signifikan. Untuk menjaga kepuasan pelanggan dan membeli kembali di Tipo Cafe Surabaya.

Hasil penelitian oleh Maria Christiana (2017) mengatakan bahwa kualitas layanan dan cafe atmosphere adalah positif untuk kepuasan pelanggan. Dalam mewujudkan suatu kualitas pada layanan tentunya tidak hanya mengutamakan dari layanan yang baik akan tetapi harus di dukung dengan fasilitas yang bagus pada setiap Cafe.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

Adjusted R Square	Persentase
0,512	51,2%

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, nilai Adjusted R Square 0,512 diperoleh ini berarti bahwa kontribusi variabel independen kualitas layanan (X1) dan Cafe atmosphere (X2) terhadap variabel dependen adalah 51,2%, sedangkan sisanya 48,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penjelasan sebelumnya maka dari ulasan diatas dapat disimpulkan bahwa : Dari hasil hipotesis pertama dikatakan di terima karena adanya pengaruh yang positif terhadap suatu kualitas pada layanan sehingga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Tipo Cafe Surabaya. Dari hasil hipotesis kedua dikatakan dapat diterima karena cafe atmosphere memberikan kepuasan pelanggan terhadap pelanggan di Tipo Cafe Surabaya. Dari hasil hipotesis ketiga dinyatakan dapat diterima karena terdapat suatu pengaruh yang positif dari Kualitas layanan dan Cafe atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada Tipo Cafe Surabaya.

DAFTAR RUJUKAN

- Barry, Berman dan Evans, joel. (2004). *Marketing*. Seventh edition. New jersey: Prentince Hall. Inc.
- C. Mowen John dan Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Cahya eka safitri, Merita. 2016. *Pengaruh Suasana Klinik dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Naavagreen di Kota Mojokerto*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, and Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. 1st ed. ed. Tim UB Press. Malang: Universitas Brawijaya Press.

- Engel, Blackwell, & Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Bambang Sarwiji, Ed.) (Edisi 9). Jakarta: PT. Index.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (B. Molan, Ed.) (Millenium). Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Keller, KevinLane. 2008. *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Kane. 2009. *ManajemenPemasaran. Terjemahan Bob Sabran. Edisi 13 jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Kotler and Armstrong. 2016. *Principles of Marketing*. 16th Edition. Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Selemba Empat.
- Mangkunegara, P. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Octaviani, Achirul. 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen coffe toffee Jatim Expo Surabaya. Surabaya: PPs Universitas Negeri Surabaya.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. ., & Berry, L. . (1998). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 24(1).
- Riduwan dan engkos. 2014. Cara Muda Menggunakan dan Memaknai Path Analisis (analisis path). Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behaviour* (Edisi 7). New York: Prentice Hall.
- Sumarwan, U. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen : Panduan Riset dan Kajian : Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Resiko*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sutisna dan Pawitra. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2009. *11 Service Marketing : Esensi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, Christina Widya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- https://www.instagram.com/Tipo_kopi