

PENGARUH ATRIBUT *DINING EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KEBUN COKLAT CAFE & RESTO BALONGBENDO

Icha Sri Andika

S1 Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
ichaandika16080324079@mhs.unesa.ac.id

Tri Sudarwanto

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
trisudarwanto@unesa.ac.id

ABSTRAK

Tujuan analisis ini untuk mengetahui pengaruh atribut *dining experience* terhadap kepuasan pelanggan Kebun Coklat pada Cafe & Resto Balongbendo. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 147 responden. Metode yang digunakan yakni *purposive sampling*. Karakteristik pada penelitian ini adalah pelanggan yang sudah melakukan pembelian minimal 2 kali dan usia 15-55 tahun. Teknik analisis pada penelitian ini adalah *Path Analysis* dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas makanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien 0,256. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien 0,237. Lingkungan fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien 0,246. Sedangkan secara simultan atribut *dining experience* yang terdiri dari kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien 0,05.

Kata Kunci: Kualitas makanan, Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The purpose of this analysis is to determine the effect of dining experience attributes on customer satisfaction at Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo. This type of research is descriptive quantitative, using non-probability sampling techniques. The sample used to be 147 respondents. The method used is purposive sampling. The characteristics of this study are customers who have made purchases at least 2 times and are aged 15-55 years. The analysis technique in this study is path analysis with the help of SPSS 25. The results of this study indicate the quality of food that affects customer satisfaction with a coefficient of 0.256. Service quality has a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of 0.237. The physical environment has a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of 0.246. Meanwhile, simultaneously, the eating experience attributes which consist of food quality, service quality, and environment have an effect on customer satisfaction with a coefficient of 0.05.

Keywords: Food Quality, Service Quality, Physical Environment, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Peningkatan perekonomian pada era globalisasi menyebabkan adanya perubahan perilaku gaya hidup dan pola konsumsi. Yang dulu hanya sekedar konsumsi produk dan jasa kini mulai bergeser ke sebuah *experience* atau pengalaman. Hal tersebut berpengaruh terhadap pertumbuhan jumlah kelas konsumtif masyarakat, terutama pada masyarakat Indonesia yang tinggal di kota. Masyarakat kelas menengah adalah masyarakat yang begitu menonjol seperti pada makanan dan minuman yang menjadi kebutuhan dasar mereka.

Adanya kebutuhan dan permintaan makanan dan minuman yang terus meningkat, mengakibatkan bertumbuhnya bisnis kuliner di berbagai wilayah, salah satunya di Jawa Timur. Badan Pusat mengatakan bahwa Jawa Timur Triwulan II-2019 juga terjadi peningkatan ekonomi sebesar 5,72%. Sedangkan Lapangan Usaha Penyedia Makanan dan Minuman mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 7,89% (Widarti, 2019: <https://jatim.tribunnews.com>, 2019). Ini juga dibuktikan dengan adanya pertumbuhan usaha kuliner pada 2019

tumbuh 20% dari tahun lalu. Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan jumlah anak muda yang ikut terjun dan bergelut di bidang kuliner (Firmansyah, 2019: <https://m.bisnis.com>, 2019).

Bertambahnya bisnis kuliner disebabkan adanya perubahan pada masyarakat dan aktivitas kerja yang padat sehingga pekerja banyak menghabiskan waktunya di luar dan rela mengeluarkan uang lebih terutama dalam perihal makan. Karena, selain menghadirkan kepraktisan dan banyaknya menu makanan dan minuman, dibutuhkan suatu pembeda yang tidak diperoleh masyarakat apabila makan di rumah. Ditambah lagi adanya kecenderungan masyarakat saat ini yang tidak hanya menjadikan tempat makan untuk mengenyangkan perut, melainkan juga digunakan sebagai tempat nongkrong, mengobrol dan bersantai. Seperti yang dinyatakan Reynold dan Hwang (2006) bahwa pengunjung tidak hanya sekedar datang untuk berkunjung melainkan juga ingin merasakan sebuah pengalaman yang tak terlupakan (*dining experience*). Pengalaman makan ini mempunyai pengaruh yang positif

terhadap kepuasan pelanggan (Ryu & Han, 2010). (Canny, 2014) menyatakan bahwa *dining experience* merupakan salah satu penilaian pelanggan dan keseluruhan pengalaman yang dimulai dengan kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik restoran.

Kualitas makanan merupakan hal penting yang perlu diperhitungkan dalam mengonsumsi makanan, ini dikarenakan makanan merupakan faktor utama masyarakat berkunjung ke restoran. Tingkat temperatur, rasa, kesegaran, penampilan dan variasi dari makanan dan minuman dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas makanan dinilai berdasarkan kesesuaian dan standar ukur yang sudah ditetapkan. Kesesuaian standar yang melampaui batas yang telah ditentukan membuat kualitas menjadi semakin meningkat.

Kualitas pelayanan sangat berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Dengan adanya interaksi antara pelayan dengan pelanggan, mampu melayani dengan baik, peduli dan perhatian kepada pelanggan, memiliki wawasan, penampilan yang rapi dan profesional, dan memiliki kepercayaan tinggi di hadapan pelanggan akan mendatangkan kepuasan pelanggan (Ryu dan Han 2010).

Lingkungan fisik yang memiliki suasana yang nyaman, menarik dan didukung dengan interior desain, pemilihan warna yang sesuai dan konsep yang bagus akan membentuk atmosfer bagi pelanggan yang sedang menikmatinya dan memunculkan daya tarik yang kuat bagi pelanggan.

Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo merupakan restoran yang memiliki *dining experience*, restoran ini memosisikan sebagai tempat makan dan tempat nongkrong yang nyaman untuk semua kalangan. Mulai berdiri pada 23 November 2016 yang berlokasi di Desa Penambangan RT. 12 RW. 03, Balongbendo. Restoran ini memiliki 3 cabang yang ada di Sidoarjo, Mojokerto dan Kediri. Menu yang ditawarkan juga beragam, ada sekitar 150 menu. Pemilik dalam memuaskan para pelanggan Coklat Cafe & Resto Balongbendo menyediakan fasilitas dan sarana prasarana, seperti: tempat parkir, meja kursi banyak, terdapat musala, dan kamar mandi serta interior dan desain yang cukup menarik minat pengunjung. Terdapat juga tempat VIP, *indoor* dan *outdoor* yang cukup menarik perhatian pengunjung.

Kualitas makanan merupakan produk utama yang ditawarkan oleh Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo. Banyaknya variasi menu menjadi keunggulan dari Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo. Selain itu, dengan menyajikan makanan yang memiliki kualitas yang baik akan mendatangkan konsumen baru dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan akan mendapatkan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo cukup baik dan memuaskan. Namun, ada juga yang beranggapan bahwa kualitas pelayanan sedikit mengecewakan. Seperti yang diungkapkan oleh Rosita selaku pelanggan yang menyatakan bahwa ketika membeli makanan dan minuman terkadang harus menunggu cukup lama. Kejadian seperti ini sangat berdampak pada kepuasan

pelanggan. Lingkungan fisik yang ditawarkan Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo bukan hanya untuk mempertahankan para pelanggannya, akan tetapi juga dapat menarik konsumen baru. Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo memberikan konsep yang unik dan menyediakan tempat nyaman mungkin membuat pelanggan menjadi betah berlama-lama untuk sekedar makan ataupun nongkrong bersama teman-temannya. Karena saat ini, pelanggan tidak hanya mengutamakan makanan dan pelayanan saja tetapi juga menikmati suasana lingkungan restoran (Canny, 2014). Banyaknya pelanggan yang membagikan foto media sosial dengan menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan lingkungan fisik yang diberikan Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.

Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo menerima segala keluhan dari pelanggannya dan bisa bertahan dalam memenuhi permintaan dan keinginan para pelanggannya dengan cara menyenangkan hati dan meningkatkan antusiasme menjadi sebuah *experience* yang bisa membuat terkesan dan menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Kepuasan merupakan sikap atau perilaku setelah melakukan pembelian yang berasal dari pengalaman pribadi seseorang. Dengan adanya pengalaman bisa memunculkan kepuasan pelanggan.

H1.1 : Kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas merupakan suatu bentuk yang berkaitan antara pelaku, proses, lingkungan, barang dan jasa yang melampaui harapan itu sendiri. Kualitas yang diberikan bukan hanya pada barang atau jasa, melainkan juga pada makanan. Menurut (Salsabilah dan Sunarti, 2018) kualitas makanan merupakan karakteristik kualitas dari makanan dengan mengecek apa saja yang ada didalam makanan yang harus dikontrol sehingga dapat diterima konsumen dan pelanggan. Indikator kualitas makanan mengambil dari (Wijaya, 2017), (Yafie, Suharyono dan Abdillah, 2016) yaitu *freshness*, *presentation*, dan *variety of food*.

Menjadi produk inti dari restoran, makanan memiliki kedudukan penting dalam menghasilkan kepuasan. Namun, pelanggan belum tentu puas apabila makanan memiliki kualitas yang baik. Karena, pelanggan memiliki selera tersendiri dalam memilih makanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Rasa yang enak, banyaknya variasi, tampilan menarik dan temperatur yang sesuai tidak menjamin pelanggan akan puas sehingga kurang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sesuai dengan penelitian terdahulu (Kusumasasti, 2017) yakni bahwa kualitas produk pengaruhnya tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Coffee Shop*. Ini disebabkan karena adanya beberapa pelanggan yang datang bukan untuk menikmati makanan yang disajikan, melainkan melakukan aktivitas lainnya.

Namun, berbeda penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Salsabilah dan Sunarti, 2018) bahwa secara parsial adanya pengaruh secara langsung dan positif kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Ria Djenaka Shining Batu. (Sulis, *et, al*, 2020)

mengungkapkan juga jika kualitas makanan pengaruhnya secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Itu artinya dengan meningkatkan seluruh elemen yang ada di kualitas makanan dengan baik maka bisa mendatangkan kepuasan bagi para pelanggannya.

H_{1.2} : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut (Fandy Tjiptono, 2016:125) Kualitas pelayanan merupakan ukuran atau kadar dari baik atau buruknya tingkat pelayanan yang perusahaan berikan sehingga bisa memenuhi harapan. Tercapainya kualitas pelayanan yang tinggi mendorong terciptanya kepuasan karena dengan adanya kualitas pelayanan bisa menjadi sarana untuk menghasilkan kepuasan pelanggan. Indikator yang sesuai yaitu menurut (Fandi Tjiptono, 2016:136) yang terdiri atas Reliabilitas, daya tangap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan antara kualitas yang telah diterima oleh pelanggan dengan pelayanan yang diharapkan sebelumnya. Apabila pelayanan kurang mengimbangi apa yang diharapkan pelanggan akan mengakibatkan ketidakpuasan. Ini dikarenakan adanya persepsi yang berbeda beda dari tiap pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Sehingga belum sepenuhnya kualitas pelayanan yang baik akan menyebabkan kepuasan pelanggan. Hal ini dijelaskan pada penelitian terdahulu (Liman, 2016) yang mengatakan jika kualitas layanan pengaruhnya tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada minyak goreng kemasan. Artinya ada beberapa pelanggan yang beranggapan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan merupakan hal yang wajar diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggannya.

Berbeda dengan pendapat (Sahanggamu, dkk, 2015) yang mengungkapkan kualitas pelayanan pengaruhnya secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. (Sumiati, dkk, 2018) juga membuktikan jika kualitas layanan pengaruhnya signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Muara Teweh. Artinya, apabila pelayanan yang diberikan itu baik dan sesuai dengan harapan, maka kepuasan bisa didapatkan dan akan semakin meningkat.

H_{1.3} : Kualitas lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Lingkungan fisik merupakan kondisi dari keseluruhan tanda yang bisa dijadikan bukti secara nyata yang dapat memberikan kesan bagi konsumen dan pelanggannya. Lingkungan fisik ialah sebuah lingkungan yang mana jasa diberikan sebagai tempat untuk berinteraksi dengan pelanggannya dengan cara memfasilitasi jasa tersebut. Pelayanan jasa yang memiliki sifat tidak nyata, maka pelanggan dalam memilih restoran lebih mengandalkan bukti nyata sebelum melakukan proses pembelian dan melakukan penilaian terhadap pelayanan jasa, baik selama ataupun sesudah proses pembelian. Indikator yang sesuai yaitu menurut (Bitner

dalam Githiri, 2017) yaitu *Ambience Conditions, Sign, Symbols dan Artifact, Special Layout dan Functionally*.

Lingkungan fisik yang nyaman, tenteram, berbeda dengan yang para pesaingnya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seperti pernyataan dari (Antony dan Fransisca, 2019) bahwa lingkungan fisik pengaruhnya secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berbeda dengan penelitian terdahulu (Sahanggamu, dkk, 2015) mengungkapkan bahwa lingkungan fisik pengaruhnya negatif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung. Ini dikarenakan perusahaan tidak terlalu mementingkan lingkungan fisik, namun lebih memperhatikan faktor lain seperti kualitas layanan.

H₂ : Atribut *dining experience* (kualitas makanan, kualitas pelayanan, lingkungan fisik) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah unsur pendorong dan keberhasilan suatu bisnis restoran. Untuk mencapai keberhasilan tersebut, maka dibutuhkan usaha untuk memenangkan hati pelanggannya. Dengan adanya *dining experience* pelanggan lebih senang berada di restoran. Kualitas makanan yang sesuai selera pelanggan, dan kualitas pelayanan yang memuaskan serta adanya lingkungan fisik yang bagus dan nyaman akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hal ini didukung oleh (Febianto, 2018) yang mengungkapkan jika adanya pengaruh atribut *dining experience* terhadap kepuasan pelanggan. (Suhartanto, 2018) juga mengungkapkan jika kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik pengaruhnya secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan (Zainuddin, 2015) yang mengungkapkan jika kualitas makanan, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik pengaruhnya tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian pada penelitian ini yakni kuantitatif menggunakan pendekatan deskriptif. Yang berlokasi di Kabupaten Sidoarjo, Kecamatan Balongbendo. Populasi pada penelitian ini yakni pelanggan dari Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo yang pernah makan minimal 2 kali dan juga kriteria tertentu lainnya. Metode pengambilan sampel yakni *purposive sampling*, dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Pengukuran sampel yang digunakan yaitu jenis *multivariate* yang merujuk pada pedoman pengukuran sampel dengan jumlah sampel minimal 5 kali dari pernyataan yang dianalisis, dan bisa lebih diterima jika menggunakan rasio 10:1 (Hair *et al*, 2010). Penelitian ini menggunakan 14 indikator, sehingga:

$$14 \text{ indikator} \times 10 = 140$$

Diketahui terdapat 140 responden dengan taraf kesalahan 5% sehingga hasilnya adalah 147 responden. Pengumpulan data dilakukan lewat *google form* dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang sudah ditentukan dengan menggunakan skala *Likert*.

Untuk mengolah data yang diperoleh, peneliti menguji menggunakan analisis jalur dengan SPSS 25. Pada penelitian ini uji asumsi klasik terlebih dahulu dilakukan, yang setiap hasilnya akan dijabarkan sebagai berikut:

- a) Uji Normalitas
Berdasarkan uji SPSS 25 bisa dilihat jika nilai signifikansi 0,2 yang artinya $> 0,05$. Sehingga bisa dikatakan data tersebut terdistribusi normal.
- b) Uji Multikolinieritas
Berdasarkan uji SPSS 25 nilai *tolerance* pada kualitas makanan 0,24, kualitas pelayanan sebesar 0,272 dan lingkungan fisik 0,267 yang berarti $> 0,1$ sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Untuk nilai VIF kualitas makanan yaitu 4,173, kualitas pelayanan 3,679 dan lingkungan fisik 3,743 yang artinya < 10 , jadi dapat dikatakan bahwa bebas dari gejala multikolinieritas.
- c) Uji Heteroskedastisitas
Berdasarkan uji glejser pada SPSS 25 yang menunjukkan bahwa pada penelitian ini titik model regresi menyebar dan pola tidak berbentuk dengan jelas, mulai dari atas hingga dibawah angka 0 pada variabel kepuasan pelanggan (Y). Sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, karakteristik responden yaitu pelanggan yang melakukan pembelian minimal sebanyak 2 kali pembelian dengan usia 15 – 55 Tahun. Data yang diidentifikasi melalui *google form* sebanyak 147 responden dengan karakteristik berdasarkan gender, usia, dan pekerjaan.

Tabel 1 Karakteristik

Karakteristik Responden		Jumlah	Persentase (%)	
Jenis Kelamin	Laki – Laki	34	23,1%	
	Perempuan	113	79,1%	
Total		147	100%	
Usia	15 – 25 Tahun	133	90,52%	
	26 – 35 Tahun	8	5,4%	
	36 – 45 Tahun	5	3,4%	
	46 – 55 Tahun	1	0,68%	
	Total	147	100%	
Pekerjaan	Pelajar	12	8,2%	
	Mahasiswa	80	54,4%	
	Pegawai Swasta	30	20,4%	
	Guru/Dosen/PNS	5	3,4%	
	Wiraswasta	9	6,1%	
	Ibu Rumah Tangga	8	5,4%	
	Lain-lain	3	2,1%	
	Total	147	100%	
	Kota Asal	Sidoarjo	108	73,44%
		Surabaya	19	12,98%
Gresik		12	8,18%	
Lain-lain		8	5,4%	
Total	147	100%		
Frekuensi	2 kali	56	38,1%	
	3 kali	35	23,8%	

4 kali	29	19,7%
> 4 kali	27	19,1%
Total	147	100%

(Sumber : Diolah peneliti, 2020)

Berdasarkan tabel diatas responden, dapat dideskripsikan jika karakteristik responden yang melakukan pembelian didominasi oleh perempuan dengan jumlah persentase 79,1% dengan rentang usia antara 15 – 25 tahun sebanyak 90,52% dengan jenis pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 80 atau 54,4% responden. Didominasi oleh masyarakat Sidoarjo sebanyak 108 atau 73,44%. Dengan frekuensi tertinggi yaitu 2 kali dengan 38,1%.

Tabel 2 Hasil dari uji analisis jalur pada kualitas makanan ($X_{1.1}$) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Model	Beta	T	Sig.
Kualitas Makanan ($X_{1.1}$)	0,256	3,185	0,002

(Sumber : Diolah peneliti, 2020)

Koefisien jalur pada kualitas makanan ($X_{1.1}$) bertanda positif (+) dengan nilai sebesar 0,256 yang bermaksud bahwa kualitas makanan berdampak terhadap kepuasan pelanggan di Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo sebesar 0,256. Sedangkan signifikansi kualitas makanan ialah 0,002 yang mengartikan Kualitas makanan bernilai penting karena $< 0,05$ yang artinya adanya pengaruh kualitas makanan menyebabkan naiknya kepuasan pelanggan di Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.

Melalui uji (t) nilai tingkat kesalahan tertentu 5% atau 0,05, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada kualitas makanan sebesar $3,185 > 1,976$ dengan tingkat signifikan $0,002 < 0,05$. Artinya $H_{1.1}$ diterima dan signifikan, sehingga adanya pengaruh signifikan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.

Hal ini menunjukkan bahwa Kebun Coklat Cafe & Resto telah menjaga kualitas makanan dengan baik. Adanya makanan yang memiliki kualitas akan berdampak baik pada kepuasan pelanggan di Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo karena kualitas makanan sangat menentukan keberhasilan suatu restoran. Kotler dan Keller (2016:156) mengungkapkan jika kualitas ialah fitur atau karakteristik yang ada pada produk atau jasa yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan nilai dan juga kepuasan pelanggan. Pelanggan Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo dalam menilai kualitas makanan dilihat dari segi tingkat kematangan, rasa, temperatur, tampilan, dan warna. Oleh karena itu, menyajikan makanan yang sesuai dengan selera dan keinginan pelanggan bisa meningkatkan kepuasan pelanggannya (Carolina, 2019). Penelitian ini didukung oleh (Sulis, *et al*, 2020) yang menyatakan jika terdapat pengaruh positif kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 3 Hasil dari uji analisis jalur pada kualitas pelayanan ($X_{1.2}$) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Model	Beta	T	Sig.
Kualitas Pelayanan ($X_{1.2}$)	0,237	2,939	0,004

(Sumber : Diolah peneliti, 2020)

Koefisien jalur pada kualitas pelayanan ($X_{1.2}$) bertanda positif (+) dengan nilai sebesar 0,237 yang bermaksud bahwa kualitas pelayanan berdampak terhadap kepuasan pelanggan di Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo sebesar 0,237. Sedangkan signifikansi kualitas pelayanan ialah 0,004 yang mengartikan Kualitas pelayanan bernilai penting karena $<0,05$ yang artinya adanya pengaruh kualitas pelayanan menyebabkan naiknya kepuasan pelanggan di Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.

Melalui uji (t), nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada kualitas pelayanan sebesar $2,939 > 1,976$ dengan tingkat signifikan yaitu $0,004 < 0,05$ artinya $H_{1.2}$ diterima dan signifikan. Jadi terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.

Kepuasan pelanggan Kebun Coklat Cafe & Resto bergantung pada kualitas pelayanan. Kepuasan diperoleh apabila membandingkan kualitas pelayanan yang diterima dengan apa yang diharapkan pelanggan (Lupiyoadi & Hamdani, 2011:97). Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, maka bisa dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada dan fokus dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggannya (Wulandari, 2020). Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka bisa menumbuhkan rasa *respect* pelanggan kepada restoran tersebut dan memunculkan kepuasan bagi pelanggannya. Banyak pelanggan yang puas terhadap pelayanan yang ada di Kebun Coklat Cafe & Resto seperti pelayanan yang tanggap dalam memenuhi permintaan pelanggannya, selalu memberikan informasi apabila ada menu baru, menangani keluhan secara langsung. Memiliki etika yang baik seperti selalu memberikan salam saat akan masuk dan ucapan terima kasih. Hal ini dapat memberikan dampak positif terhadap restoran tersebut. pelanggan yang puas akan merasa nyaman dan betah didalam restoran. Hal ini didukung oleh (Sulis, *et al*, 2020) yang mengungkapkan jika adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. (Hartanto dan Fransisca, 2019) juga mengungkapkan jika kualitas pelayanan pengaruhnya signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4 Hasil dari uji analisis jalur pada lingkungan fisik ($X_{1.3}$) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Model	Beta	T	Sig.
Lingkungan Fisik ($X_{1.3}$)	0,246	3,059	0,003

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

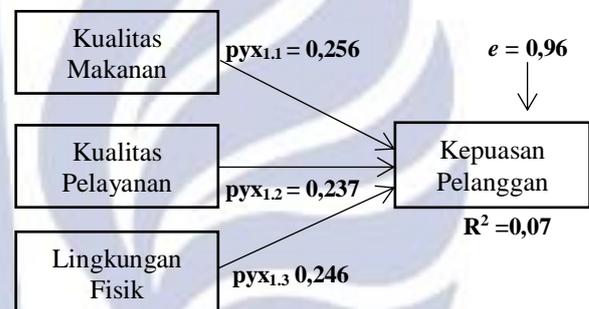
Koefisien jalur pada lingkungan fisik ($X_{1.3}$) bertanda positif (+) dengan nilai sebesar 0,246 yang bermaksud bahwa lingkungan fisik berdampak terhadap kepuasan pelanggan di Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo sebesar 0,246. Sedangkan signifikansi lingkungan fisik ialah 0,003 yang mengartikan lingkungan fisik bernilai penting karena $< 0,05$ yang artinya adanya pengaruh lingkungan fisik menyebabkan naiknya kepuasan pelanggan di Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.

Melalui uji (t), nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada lingkungan fisik sebesar $3,059 > 1,976$ dengan tingkat signifikan yaitu $0,003 < 0,05$ yang artinya $H_{1.3}$ diterima dan signifikan,

sehingga terdapat pengaruh signifikan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan pada Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.

lingkungan fisik dalam konteks restoran atau cafe menambah nilai lebih bagi suatu bisnis kuliner (Hartanto dan Fransisca, 2019). Sehingga lingkungan fisik memiliki peran penting dalam membuat pelanggan puas. Kebun Coklat Cafe & Resto yang mengusung konsep Kebun Coklat yang didalamnya memang terdapat banyak pohon coklat di tempat *outdoor* yang menjadikan daya tarik tersendiri bagi para pelanggannya. Tempat yang bersih, rapi, pencahayaan yang pas membuat pelanggan menjadi puas dan betah untuk berlama lama di Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo. Pernyataan ini didukung oleh (Hanaysha, 2016) menyatakan jika lingkungan fisik memegang peran penting dan mempengaruhi kepuasan pelanggan. sesuai dengan yang diungkapkan (Antony dan Fransisca, 2019) bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasar hasil yang telah diketahui, berikut gambar diagram jalur dengan model pola *path independent* :



Gambar 2 Diagram Jalur
(Sumber : Diolah peneliti, 2020)

$$Y = pyx_{1.1} + pyx_{1.2} + pyx_{1.3} + e$$

$$Y = 0.256X_{1.1} + 0.237X_{1.2} + 0.246X_{1.3} + 0,96$$

Tabel 5 Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,264 ^a	0,070	0,050	7,066	2,000

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,05 atau 5%. Kontribusi variabel bebas Atribut *Dining Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,07 atau 7% sedangkan terdapat sisa sebesar 93% atau 0,93 variabel lain pada penelitian ini yang tidak diteliti.

Tabel 6 Hasil Uji Simultan (F)

Model	F	Sig.
Regression	3,572	0,016 ^b

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Nilai $F_{hitung} 3,572 > F_{tabel}$ yaitu 2,67 dengan tingkat signifikan 0,016 $< 0,05$. Artinya H_2 diterima, yang artinya variabel atribut *dining experience* yang terdiri dari kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

pada Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo. hal ini sesuai dengan (Febianto, 2018) yang mengungkapkan adanya pengaruh atribut *dining experience* terhadap kepuasan pelanggan. Adanya atribut *dining experience* di Kebun Coklat Cafe & Resto memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Menurut (Svend Hollensen, 2010:139) Kepuasan pelanggan muncul jika pengalaman yang diperoleh melebihi harapan yang diinginkan. Harapan mengenai kualitas makanan, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik. Pelanggan yang puas terhadap atribut *dining experience* memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian secara terus menerus dan merekomendasikan ke orang lain. Ini sesuai dengan indikator kepuasan pelanggan, yakni: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Fandy Tjiptono, 2016:101).

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan, kesimpulannya adalah :

1. Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.
3. Lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.
4. Atribut *dining experience* yang terdiri atas kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik secara simultan berpengaruh terhadap Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo.

DAFTAR PUSTAKA

- Canny, I., U. 2014. *Measuring The Mediating Role of Dinning Experience Attributes on Customer Satisfaction and It's Impect on Behavioral Intentions of Casual Dining Restaurant in Jakarta*. *International Journal of Inovation, Management and Technology*, 5(10), 25-29. *Online*. https://www.researchgate.net/publication/272910855_Measuring_the_Mediating_Role_of_Dining_Experience_Attributes_on_Customer_Satisfaction_and_Its_Impact_on_Behavioral_Intentions_of_Casual_Dining_Restaurant_in_Jakarta
- Carolina, Anita. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan pada epuasan Konsumen K-Sushi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2),1-7. *Online* <https://media.neliti.com/media/publications/287136-pengaruh-kualitas-layanan-kualitas-makanan-6e149abd.pdf>
- Firmansyah, Fikri. 2019. Data BPS Jatim, Perekonomian Jawa Timur pada Triwulan II Tahun 2019 Tumbuh Sebesar 5,72 Persen. <https://www.google.com/amp/s/jatim.tribunnews.com/amp/2019/08/05/data-bps-jatim-perekonomian-jawa-timur-pada-triwulan-ii-tahun-2019-tumbuh-sebesar-572-persen>

[sebesar-572-persen](#) (diakses pada 20 Oktober 2019)

- Febianto, A. 2018. Pengaruh *Dining Experience Attributes* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention* pada Restoran Cattura Espresso Surabaya. *Jurnal Layanan dan Pariwisata*, 7(1), 1498-1515. *Online*. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1273>
- Githiri, M., U. 2017. *Influence of Phisical Environment Customer Satisfaction and Return Intention in Kenyan Rated Restaurants*. *Asian Journal of Social Science Studies*, 2(1), 11-19. *Online*. <http://journal.julypress.com/index.php/ajsss/article/view/82>
- Hanaysha, Jalal. 2016. *Testing The Effects of Food Quality, Price Fairness and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry*. *Journal of Asia Strategy*, 6(2), 31-40. *Online*. https://www.researchgate.net/publication/302578389_Testing_the_Effects_of_Food_Quality_Price_Fairness_and_Physical_Environment_on_Customer_Satisfaction_in_Fast_Food_Restaurant_Industry
- Hartanto, A. & Fransisca, F. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lingkungan Fisik terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1), 1-6. *Online*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8128>
- Hair, Joseph E, Jr. et al. 2010. *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Hollensen, Svend. 2010. *Marketing Management: Relationship Approach*. USA: Pearson Education Inc
- Kusumasasti, Ika. 2017. Pengaruh Kualitas Poduk dan Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Coffe Shop. *Jurnal Manajemen*, 22(2), 123-129. *Online*. <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2364>
- Kotler, Philip dan Keller. 2016. *Marketing Management. 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Reynolds & Hwang. 2006. *Influence of Age on Customer Dining Experience Factors at U.S. Japanese*

- Restaurant. An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 1(2), 29-43. Online.
https://mpira.ub.unimuenchen.de/25394/1/MPRA_paper_25394.pdf
- Ryu, K., & Han, H. 2010. *Influence of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating of Perceived Price*. *Journal of Hospitality Tourism Research*, 34(3), 310-329. Online.
https://www.researchgate.net/publication/247753493_Influence_of_the_Quality_of_Food_Service_and_Physical_Environment_on_Customer_Satisfaction_and_Behavioral_Intention_in_Quick-Casual_Restaurants_Moderating_Role_of_Perceived_Price
- Sahanggamu, dkk. 2015. Analisis kualitas layanan, *servicescape* dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung. *Jurnal ekonomi dan bisnis*, 2(1), 1084-1095. ISSN 2303-1174. Online.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/786>
- Salsabilah, T. & Sunarti. 2018. Pengaruh *Food Quality, Dining Atmosphere* dan Kesesuaian Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Ria Djenaka Shining Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 54(1),140-148. Online.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2226>
- Suhartanto, AY., & Hidayat, A. 2018. Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik, Makanan, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Restoran, dan *Word of Mouth* (Studi pada Hotel Manohara Center of Borobudur Study). Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. Online.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9871>
- Sulis, et al. 2020. *Pengaruh Service Quality, Food Quality, Price* dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Cafe Eatbox Kitchen Wonosobo). *Jurnal of Economi*, 1(2), 335-342. Online.
<https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/1229/711>
- Sumiati, et al. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Kerja Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 7(2), 29-40. Online.
<https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/bisnispembangunan/article/view/5721>
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Widiarti, Peni. 2019. Usaha Kuliner Jatim Tumbuh 20% Tahun Lalu, Tapi Ada Pergeseran Tren.
<https://m.bisnis.com/surabaya/read/20190218/532/890366/usaha-kuliner-jatim-tumbuh-20-tahun-lalu-tapi-ada-pergeseran-tren> (diakses pada 8 November 2019)
- Wijaya, W. 2017. Analisa Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Tesis*. Surabaya: Universitas Kristen Petra. Online.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/6198>
- Yafie, A. S., Suharyono, & Abdillah, Y. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan *Food and Beverage* 8 Oz Coffe Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 11-19. Online.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1363>