

PENGARUH CAFE ATMOSPHERE, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROSELLA COFFEE 1.1 CANDI DI KOTA SIDOARJO

Muhima Falasifa¹ & Sigit Santoso²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Muhimafalasifaa@gmail.com¹ & Sigitsantoso@untag-sby.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to prove and analyse the influence of cafe atmosphere, facilities, and service quality on customer satisfaction. By optimising these three variables, it is expected that visitors or consumers of Rosella Coffee 1.1 Candi will increase by always paying attention to customer satisfaction. Respondents in this study totalled 100 respondents. Data was collected from respondents by filling out a questionnaire, then the data was processed and analysed using SPSS 25. Data analysis techniques include instrument test, classical assumption test, multiple linear regression test, correlation test, coefficient of determination test, T test, and F test. The analysis techniques used are multiple linear regression tests, correlation tests, coefficient of determination tests, T tests, and F tests. The instrument tests used include validity test and reliability test. While the classic assumption tests used are data normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests. Overall, the indicators used in this study are valid because $r\text{-count} > r\text{-table}$ with a significant level <0.05 and reliable because the Cronbach's alpha coefficient > 0.60 . The classic assumption test results also show that no symptoms occur. The analysis findings concluded that all variables have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords : Cafe Atmosphere, Facilities, Service Quality, and Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *cafe atmosphere*, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan mengoptimalkan ketiga variabel tersebut diharapkan pengunjung atau konsumen Rosella Coffee 1.1 Candi mengalami peningkatan dengan selalu memperhatikan kepuasan konsumen. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Data dikumpulkan dari responden dengan mengisi kuesioner, kemudian data diolah dan dianalisis menggunakan SPSS 25. Teknik analisis data meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji T, dan uji F. Teknik analisis yang digunakan adalah uji regresi linear berganda, uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji T, dan uji F. Uji instrumen yang digunakan diantaranya uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas data, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Secara keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dengan tingkat signifikan $<0,05$ dan reliabel karena koefisien *cronbach's alpha* $> 0,60$. Hasil uji

Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagiarism checker no 77

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

asumsi klasik juga menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala. Hasil temuan analisis menyimpulkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Cafe Atmosphere*, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Selama beberapa tahun terakhir para pelaku bisnis khususnya di industri *cafe* yang berada di Sidoarjo memiliki permintaan yang tinggi. Tingginya permintaan dapat dibuktikan dengan banyaknya *cafe* yang terletak di Kota Sidoarjo, sehingga banyak perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan konsumen. Perbedaan produk minuman dan makanan yang bercita rasa sehingga pemilik perusahaan harus menggunakan kreativitas dalam mengembangkan varian minuman dan makanan untuk membedakan dengan *cafe* lain (Evi Novita Sari et al., 2023). Perkembangan bisnis *cafe* yang sangat pesat saat ini dapat dibuktikan dengan adanya salah satu *cafe* yang ada di Sidoarjo yaitu *Rosella Coffee 1.1 Candi* yang berada di Jl. Braja Laut Utara, Kedung Rejo, Klurak, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Terciptanya suasana *cafe* yang menarik dan nyaman dapat meningkatkan kepuasan konsumen saat mengunjungi *cafe* (Ummah et al., 2024). Fasilitas harus diperhatikan karena akan berkaitan dan berhubungan dengan kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen (Amelia & Safitri, 2021). Fasilitas dijadikan sebagai salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan mereka. Dengan harga yang hampir sama, maka konsumen akan memilih *cafe* yang menyediakan fasilitas yang lebih lengkap dan nyaman sehingga konsumen akan merasa lebih puas (Hidayat et al., 2022).

Kualitas pelayanan menjadi fenomena yang tidak kalah penting dari *cafe atmosphere* dan fasilitas karena kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen karena jika konsumen mendapat layanan yang baik maka konsumen akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap *cafe* (Amelia & Safitri, 2021). Kualitas pelayanan juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat dirasakan jika karyawan memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik kepada konsumen (Kumrotin & Susanti, 2021). Kepuasan konsumen harus diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya dibidang kuliner. Saat ini sudah banyak *cafe* yang memahami seberapa penting kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk keberlangsungan *cafe*. Menurut (Tombeng et al., 2019), kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen berdasarkan kualitas yang diberikan dalam memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan pada penelitian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut supaya dapat mengetahui pengaruh dari *cafe atmosphere*, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Alasan penulis melakukan penelitian ini karena secara empiris belum ada penelitian terdahulu pada *Rosella Coffee 1.1 Candi*. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh *Cafe Atmosphere*, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Rosella Coffee 1.1 Candi* di Kota Sidoarjo”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler & Keller dalam (Setyaningsih, 2021) mendefinisikan bahwa manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu yang digunakan untuk memilih target pasar, serta mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan dengan cara menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Perilaku Konsumen

Menurut Kotler & Keller dalam (Sujani, 2019) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana suatu individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, menempatkan barang, jasa, ide, ataupun pengalaman dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller, dalam (Syah et al., 2022) mendefinisakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan yang menyatakan puas atau tidaknya seorang konsumen yang telah membandingkan antara harapannya dengan hasil yang diperoleh dari suatu produk atau jasa yang telah dibayar. (Hariaji & Iriyanto, 2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen terdiri dari beberapa aspek, diantaranya:

1. Aspek kenyamanan
2. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan
3. Aspek kompetensi teknis petugas
4. Aspek biaya

Menurut tjiptono dalam (Indrasari, 2019 : 92) terdapat banyak pelanggan yang menggunakan produk dengan cara penggunaan yang berbeda-beda. Sehingga kepuasan memiliki beberapa indikator yang terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

Cafe Atmosphere

Menurut Kotler dalam (Sihombing et al., 2021) menggambarkan suasana *cafe* sebagai bentuk usaha dalam merancang lingkungan *cafe* dengan tujuan untuk menghasilkan pengaruh emosional emosional khusus kepada konsumen yang dapat meningkatkan penjualan. Menurut (Koto et al., 2023), *cafe atmosphere* terbagi menjadi empat dimensi, diantaranya:

1. Variabel eksterior
2. Variabel *general interior*
3. *Store layout*
4. *Interior display*

Menurut (Sujani, 2019) terdapat tujuh indikator dari *cafe atmosphere*, diantaranya:

1. *Cleanlibess* (kebersihan)
2. *Music* (musik)
3. *Scent* (harum ruangan)
4. *Temperature* (suhu ruangan)
5. *Lighting* (pencahayaan)
6. *Colour* (warna)
7. *Display / Layout* (pajangan / tata ruang)

Fasilitas

Menurut (Lumempow et al., 2023) fasilitas merupakan segala hal yang berguna untuk mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha baik berupa benda maupun uang. Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Lumempow et al., 2023) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus disiapkan sebelum suatu jasa akan ditawarkan pada konsumen. Fasilitas berkaitan erat dengan kepuasan konsumen sehingga (Fishendra, 2022) berpendapat tiga karakteristik dari fasilitas yang dijadikan sebagai sarana pendukung dalam proses aktivitas, yaitu:

1. Memiliki bentuk fisik
2. Daipakai atau dipergunakan secara aktif pada aktivitas perusahaan
3. Memberikan manfaat dimasa yang akan datang

Menurut Tjiptono dalam (Widyaningrum, 2020) terdapat enam indikator dalam mewujudkan fasilitas untuk mengevaluasi, yaitu:

1. Perencanaan spasial
2. Perencanaan ruang
3. Perlengkapan
4. Tata cahaya dan warna

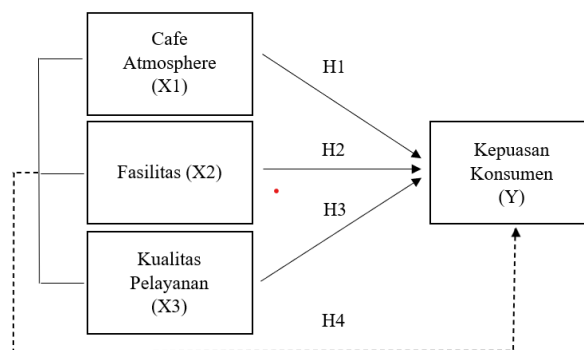
5. Instruksi yang disampaikan secara grafis, penggunaan simbol, penampilan visual, penempatan, penentuan bentuk fisik, pemilihan warna dan pencahayaan

Kualitas Pelayanan

Menurut (Adawia et al., 2021) kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan supaya dapat memenuhi harapan konsumen. Sehingga kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai upaya konsumen dalam mengukur perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen dalam memenuhi kepuasan konsumen yang telah diterima. Menurut Kotler dan Keller dalam (Surti et al., 2020) terdapat lima indikator yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, diantaranya:

1. Kasat Mata (*Taangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1: *Cafe atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Rosella Coffee 1.1 Candi* di Kota Sidoarjo.

H2: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Rosella Coffee 1.1 Candi* di Kota Sidoarjo.

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Rosella Coffee 1.1 Candi* di Kota Sidoarjo.

H4: *Cafe atmosphere*, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Rosella Coffee 1.1 Candi* di Kota Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan survei berupa kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur data yang akan diberikan kepada responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel.

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian di *Rosella Coffee 1.1 Candi* yang terletak di Kota Sidoarjo, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *google form* kepada konsumen *Rosella Coffee 1.1 Candi*. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2024 sampai dengan Desember 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *Rosella Coffee 1.1 Candi* yang berada di Kota Sidoarjo dengan total pelanggan selama 3 bulan terakhir yaitu sebanyak 5.949 pelanggan. Berdasarkan menurut (Muslih & Rosyidah, 2020 : 50) untuk menghitung jumlah sampel, maka dapat menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n: jumlah sampel yang diperlukan

N: jumlah populasi (diperoleh dari Rosella Coffee 1.1 Candi)

e: persentase kelonggaran ketidaktelitian karena adanya kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (10%).

perhitungan: $n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{5.949}{1 + 5.949(0,1)^2} = \frac{5.949}{59,5} = 99,98$

Dari hasil perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang diperlukan sebesar 99,98, sehingga dibulatkan menjadi 100 responden yang terdiri dari konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Rosella Coffee 1.1 Candi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
Cafe atmosphere	X1.1.1	0,737	0,1966	Valid
	X1.1.2	0,724	0,1966	Valid
	X1.2.1	0,690	0,1966	Valid
	X1.2.2	0,578	0,1966	Valid
	X1.3.1	0,587	0,1966	Valid
	X1.3.2	0,606	0,1966	Valid
	X1.4.1	0,567	0,1966	Valid
	X1.4.2	0,519	0,1966	Valid
	X1.5.1	0,511	0,1966	Valid
	X1.5.2	0,531	0,1966	Valid
	X1.6.1	0,643	0,1966	Valid
	X1.6.2	0,655	0,1966	Valid
	X1.7.1	0,652	0,1966	Valid
	X1.7.2	0,697	0,1966	Valid
Fasilitas	X2.1.1	0,773	0,1966	Valid
	X2.1.2	0,735	0,1966	Valid
	X2.2.1	0,685	0,1966	Valid
	X2.2.2	0,724	0,1966	Valid
	X2.3.1	0,751	0,1966	Valid
	X2.3.2	0,676	0,1966	Valid
	X2.4.1	0,675	0,1966	Valid
	X2.4.2	0,797	0,1966	Valid
	X2.5.1	0,733	0,1966	Valid
	X2.5.2	0,629	0,1966	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1.1	0,738	0,1966	Valid
	X3.1.2	0,752	0,1966	Valid
	X3.2.1	0,721	0,1966	Valid
	X3.2.2	0,727	0,1966	Valid
	X3.3.1	0,724	0,1966	Valid
	X3.3.2	0,744	0,1966	Valid
	X3.4.1	0,669	0,1966	Valid
	X3.4.2	0,775	0,1966	Valid
	X3.5.1	0,754	0,1966	Valid

	X3.5.2	0,716	0,1966	Valid
Kepuasan Konseman	Y1.1.1	0,713	0,1966	Valid
	Y1.1.2	0,700	0,1966	Valid
	Y1.2.1	0,788	0,1966	Valid
	Y1.2.2	0,741	0,1966	Valid
	Y1.3.1	0,794	0,1966	Valid
	Y1.3.2	0,629	0,1966	Valid

Berdasarkan uji validitas menunjukkan hasil pengujian validitas pernyataan dari semua variabel bebas dan variabel terikat menunjukkan valid, karena sesuai dengan ketentuan r-tabel yang telah ditentukan yaitu 0,1966.

Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Croch Alpha	Alpha	Kesimpulan
Cafe Atmosphere	14	0,884	0,60	Reliabel
Fasilitas	10	0,896	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	10	0,904	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	6	0,823	0,60	Reliabel

Berdasarkan diatas maka hasil pengujian yang dilakukan terhadap reliabilitas kuesioner diperoleh hasil bahwa nilai Cronbach's Alpha ke semua variabel lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat diputuskan bahwa semua variabel telah dinyatakan reliabel atau lolos uji reliabilitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error		
1	(Constant)	.112	1.283	.087	.931
	Cafe Atmosphere (X1)	.138	.042	.280	.001
	Fasilitas (X2)	.280	.063	.464	.000
	Kualitas Pelayanan (X3)	.126	.057	.212	.030

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,112 + 0,138X_1 + 0,280X_2 + 0,126X_3$$

- Hasil dari persamaan regresi linear berganda yang terdapat pada tabel diatas memiliki arti bahwa nilai konstanta pada penelitian ini yaitu 0,112. Sehingga memiliki arti jika *cafe atmosphere* (X1), fasilitas (X2), dan kualitas pelayanan (X3) nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen (Y) nilainya adalah 0,112.
- Koefisien regresi pada variabel *cafe atmosphere* (X1) sebesar 0,138, artinya jika *cafe atmosphere* mengalami kenaikan 1 maka kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,138 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Koefisien regresi variabel fasilitas (X2) sebesar 0,280, artinya jika fasilitas mengalami kenaikan 1 maka kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,280 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,126, artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 maka kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,126 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.842	.837	1.11930
a. Predictors: (Constant), Cafe Atmosphere, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Hhasil nilai koefisien determinasi (R²) yang ditunjukkan pada Adjusted R Square yaitu sebesar 0,837. Hal ini menunjukkan jika variabel Café Atmosphere (X1), Fasilitas (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pembelian (Y) sebesar 83,7%, sedangkan sisanya yaitu 16,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T (Parsial)

Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	keterangan
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.112	1.283		.087	.931	
Cafe Atmosphere (X1)	.138	.042	.280	3.305	.001	Signifikan
Fasilitas (X2)	.280	.063	.464	4.412	.000	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X3)	.126	.057	.212	2.209	.030	Signifikan
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						

1. Variabel *cafe atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu sebesar $3,305 > 1,98498$.
2. Variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu sebesar $4,412 > 1,98498$.
3. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ dan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu sebesar $2,209 > 1,98498$.

Uji F (Simultan)

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	642.637	3	214.212	170.981	.000 ^b
	Residual	120.273	96	1.253		
	Total	762.910	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						
b. Predictors: (Constant), <i>Cafe Atmosphere</i> , Fasilitas, Kualitas Pelayanan						

Menunjukkan bahwa F hitung yang didapatkan sebesar 170.981 dengan tingkat signifikan 0,000 yang mana memiliki nilai lebih kecil dibandingkan dengan nilai α (*level of significance*) yaitu sebesar 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa *cafe atmosphere*, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Rosella Coffee*.

PEMBAHASAN HASIL TEMUAN**Pengaruh *Cafe Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil analisis menyatakan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ yaitu sebesar $3,305 > 1,98498$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel *cafe atmosphere* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dalam penelitian ini sama dengan hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sari, et al (2023), Adnan (2020), Anita & Susanti (2024), dan Ummah, et al (2024) yang menyatakan bahwa *cafe atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menyatakan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ yaitu sebesar $4,412 > 1,98498$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dalam penelitian ini sama dengan hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Fakhruddin (2021), Prasetyo, et al (2021), Adawia, et al (2021), Yulita & Safrizal (2023), Seran & Huda (2021), dan Muktisa & (2023) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menyatakan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ dan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ yaitu sebesar $2,209 > 1,98498$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dalam penelitian ini sama dengan hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Prasetyo, et al (2021), Tombeng, et al (2019), Kumrotin & Susanti (2021), Desfitri, et al (2024), Aming, et al (2024), Yulita & Afrizal (2023), Sibroro, et al (2021), dan Sunawan, et al (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh *Cafe Atmosphere*, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menyatakan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang dimana memiliki nilai lebih kecil dibandingkan dengan nilai α yaitu sebesar 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel bebas yaitu *cafe atmosphere*, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, yaitu:

1. *Cafe atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rosella Coffee 1.1 Candi di Kota Sidoarjo.
2. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rosella Coffee 1.1 Candi di Kota Sidoarjo.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rosella Coffee 1.1 Candi di Kota Sidoarjo.
4. *Cafe atmosphere*, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rosella Coffee 1.1 Candi di Kota Sidoarjo.

SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil maka saran yang dapat diberikan peneliti terhadap Rosella Coffee yaitu:

1. Supaya selalu mengevaluasi hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen supaya konsumen selalu merasa puas dan tidak merasa kecewa dengan apa yg didapatkan saat datang ke Rosella Coffee.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu menambah jumlah responden dan memastikan responden tersebut mengisi kuesioner dengan sungguh-sungguh. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan

variabel lain yang masih belum diteliti dalam penelitian ini supaya dapat mengetahui pengaruh dari variabel lain. Serta diharapkan mampu menghasilkan penelitian yang lebih baik mengenai kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Y. T., & Safitri, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen pada Cafe Hangout di Sampit. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1).
- Evi Novita Sari, Hartono Hartono, & M. Syamsul Hidayat. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere, Experiential Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe House Of Essentials Mojokerto. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 232–247.
- Fishendra, M. N. (2022). Pengaruh Kulaitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee and Space Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 66–73.
- Hariaji, G. U., & Iriyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Hidayat, R., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai variabel Intervening pada Sky Garden Wonoboyo di Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(10), 2141–2151.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Koto, F. F., Soebijakto, G. S. A., & Adriana, E. (2023). Analisis Pengaruh Atmosfer Café Dan Customer Experience Terhadap Pengambilan Keputusan Customer Yaitu Mahasiswa Malang Dalam Pemilihan Tempat Coffee Shop Untuk Belajar. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 08–19. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1332>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Ko.We.Cok di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6.
- Lumempow, K., Worang, F., Gunawan, E., Rani Lumempow, K., Worang, F. G., Gunawan, E., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Swiss Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1–11.
- Muslih, M., & Rosyidah, R. (2020). *Buku Ajar Mata Kuliah Statistika “Aplikasi di Dunia Kesehatan.”* Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono. (2021). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasane Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Journal Homepage*, 1.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2).
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020a). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261–270. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930684>
- Sujani. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja di Indomaret. *Jurnal Manajemen Marantha*, 16.
- Syah, A. B., Prihatini, A. E., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen pada Layanan Video Streaming Digital Viu. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Tombeng, B., Roring, F., Rumokoy, F. S., & Kualitas..., P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Oci Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 891–900.
- Ummah, M. F., Muhajirin, & Darmawan, I. (2024). Pengaruh Suasana Cafe Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Recceh Coffe. *Jurnal EMBISS*, 4(4), 410–416.
- Widyaningrum, I. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*, 20.