

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen

Donny Arif<sup>1</sup>, Ratna Ekasari<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Maarif Hasyim Latif  
Sidoarjo, Indonesia

Email: [doni\\_arif@dosen.umaha.ac.id](mailto:doni_arif@dosen.umaha.ac.id), [ratna\\_ekasari@dosen.umaha.ac.id](mailto:ratna_ekasari@dosen.umaha.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen. Penulis melakukan pendekatan dengan metode kuantitatif terhadap konsumen pengunjung cafe. Yang akan dijadikan populasi adalah konsumen yang berkunjung dengan melakukan pembelian di cafe "Mblara Coffee & Culinary" di Jl. Anwari Taman. Metode pengambilan sampel dengan *Accidental Sampling* yang berarti pemilihan responden dari siapa saja yang kebetulan ditemui digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan data diolah menggunakan aplikasi oleh peneliti. Dapat disimpulkan secara simultan ketiga variabel kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil analisis yang diperoleh oleh nilai koefisien determinasi

(R) sebesar 0,637. Artinya ketiga variabel kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe secara simultan memberikan kontribusi sebesar 63,7 % terhadap kepuasan konsumen, dan sisanya 36,3 % termasuk sumbangan variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

**Kata kunci** : kualitas pelayanan, harga, suasana cafe, dan kepuasan konsumen.

### Abstract

*This study aims to determine the effect of service quality, price, and cafe atmosphere on "Mblara Coffee & Culinary" customer satisfaction. The author approaches the quantitative method for consumers of cafe visitors. The population will be consumers who visit by buying "Mblara Coffee & Culinary" at Jl. Anwari Taman. The method of sampling with Accidental Sampling which means the selection of respondents from anyone who happens to be used is Multiple Linear Regression Analysis with data processed using applications by researchers. While the quality of service has no effect on customer satisfaction. F test results obtained a value of Fcount of 55.449 > Ftable of 2.70 and a significance value of 0.000 < 0.05. It can be concluded simultaneously that the three variables of service quality, price, and cafe atmosphere have a positive and significant effect on customer satisfaction. From the analysis results obtained by the coefficient of determination (R) of magnitude 0.637. This means that the three variables of service quality, price, and cafe atmosphere simultaneously gave a contribution of 63.7% to customer satisfaction, and the remaining 36.3% included other variable contributions that were not observed in this study.*

**Keywords:** Service Quality, Price, Cafe atmosphere, and Consumer Satisfaction.

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan usaha kuliner semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan gaya hidup masyarakat, pola pekerjaan, serta peningkatan penghasilan masyarakat, terutama pada masyarakat yang dekat dengan perkotaan. Salah satu bentuk usaha kuliner yang saat ini sedang banyak diminati oleh banyak kalangan adalah bisnis cafe. Hal ini juga disebabkan oleh adanya perkembangan zaman yang semakin modern dan perkembangan makro ekonomi. Eksistensi cafe diwonocolo taman ini sendiri yang merupakan perbatasan antara wilayah sidoarjo dan surabaya, yang kini telah menjadi pemandangan sehari-hari khususnya di kalangan banyak orang baik dari kaum pekerja mahasiswa maupun pelajar. Beragam jenis makanan dan minuman yang ditawarkan dari yang tradisional hingga modern, dan hal inilah yang terjadi di era baru generasi cafe. Dalam berbagai usaha bisnis yang berkembang saat ini, baik yang menghasilkan barang atau jasa, peran pemasaran sangatlah penting karena merupakan salah satu faktor kunci penentu keberhasilan bisnis. Menurut Lovelock (2007:102-104) yaitu kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen dan proses pengendalian atas tingkat keunggulan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Disamping memberikan pelayanan yang maksimal mblara cafe juga menerapkan strategi untuk membuat harga yang bisa diterima oleh seluruh pelanggan mblara cafe. Hal ini sejalan dengan Faktor pendorong kepuasan yang lain menurut Zeithaml (2003:490) mengemukakan uang adalah segala sesuatu yang saya inginkan dalam produk, nilai adalah kualitas yang saya dapatkan karena saya membayar. Penciptaan *atmosphere* (suasana) dan pelayanan yang baik juga di dukung desain interior yang unik serta tersedianya berbagai fasilitas penunjang seperti *wifi*, musik *live* dan sebagainya merupakan daya tarik

yang peting bagi konsumen. Menurut Kotler & Keller (2012:61) menyatakan store atmosphere adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music, dan wangi-wangian untuk merancang

respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk. Berdasarkan pada penjelasan tersebut, untuk itu penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen Mblara *Coffee & Culinary* diKecamatan Taman.

## Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen?

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock (2007:102-104) yaitu kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen dan proses pengendalian atas tingkat keunggulan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan.

### Harga

Menurut Kotler (2005 : 72) harga ialah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai konsumennya pertukarkan untuk mendapatkan manfaat menggunakan produk atau jasa. Harga dibentuk oleh indikator yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan fasilitas, dan Kesesuaian harga dengan manfaat.

### Suasana Cafe

Menurut Kotler & Keller (2012:61) menyatakan store atmosphere adalah desain lingkungan melalui komunikasi

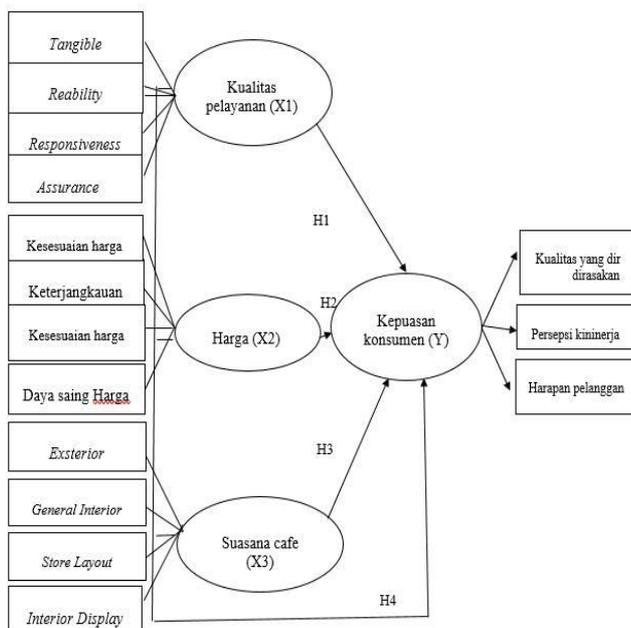
visual, pencahayaan, warna, music, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk.

### Kerangka Pemikiran

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian yang telah dilakukan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Kualitas pelayanan di duga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H2: Harga di duga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H3: Suasana cafe di duga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan u konsumen
- H4 : Kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe secara simultan berpengaruh positif dan signinfikan terhadap kepuasan konsumen

Seperti pada gambar kerangka pemikiran di bawah ini :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

### METODE PENELITIAN

#### Uji Validitas Variabel

| N | Butir Instrumen | Nilai Korelasi | Probabilitas Korelasi [Sig.(2.Tailed)] | Keterangan |
|---|-----------------|----------------|--|------------|
| 1 | X1.1            | 0,775          | 0,000                                  | Valid      |
| 2 | X1.2            | 0,758          | 0,000                                  | Valid      |
| 3 | X1.3            | 0,735          | 0,000                                  | Valid      |
| 4 | X1.4            | 0,747          | 0,000                                  | Valid      |
| 5 | X1.5            | 0,811          | 0,000                                  | Valid      |

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa uji validitas dari variabel kualitas pelayanan dikatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai korelasi pada indikator-indikator variabel citra kualitas pelayanan sebesar 0,1966 dan nilai probabilitas sebesar 0,000.

#### Uji Validitas Variabel Harga

| N | Butir Instrumen | Nilai Korelasi | Probabilitas Korelasi [Sig.(2.Tailed)] | Keterangan |
|---|-----------------|----------------|--|------------|
| 1 | X2.1            | 0,789          | 0,000                                  | Valid      |
| 2 | X2.2            | 0,884          | 0,000                                  | Valid      |
| 3 | X2.3            | 0,824          | 0,000                                  | Valid      |

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa uji validitas dari variabel harga dikatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai korelasi pada indikator-indikator variabel harga diperoleh melebihi nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,1966 dan nilai probabilitas sebesar 0,000.

#### Uji Validitas Variabel Suasana Cafe

| N | Butir Instrumen | Nilai Korelasi | Probabilitas Korelasi [Sig.(2.Tailed)] | Keterangan |
|---|-----------------|----------------|--|------------|
| 1 | X3.1            | 0,642          | 0,000                                  | Valid      |

|   |      |       |       |       |
|---|------|-------|-------|-------|
| 2 | X3.2 | 0,707 | 0,000 | Valid |
| 3 | X3.3 | 0,776 | 0,000 | Valid |
| 4 | X3.4 | 0,678 | 0,000 | Valid |

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa uji validitas dari variabel suasana cafedikatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai korelasi pada indikator-indikator variabel suasana cafe diperoleh melebihi nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,1966 dan nilai probabilitas sebesar 0,000.

### Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

| N | Butir Instrumen | Nilai Korelasi | Probabilitas Korelasi [Sig.(2.Tailed)] | Keterangan |
|---|-----------------|----------------|--|------------|
| 1 | Y1              | 0,824          | 0,000                                  | Valid      |
| 2 | Y2              | 0,893          | 0,000                                  | Valid      |
| 3 | Y3              | 0,783          | 0,000                                  | Valid      |

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa uji validitas dari variabel kepuasan konsumen dikatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai korelasi pada indikator-indikator variabel kepuasan konsumen diperoleh melebihi nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,1966 dan nilai probabilitas sebesar 0,000.

### Uji Regresi Berganda

| Modal              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.  |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|                    | B                           | Std. Error |                           |       |       |
| 1 (Constant)       | 0,198                       | 0,400      |                           | 0,496 | 0,621 |
| Kualitas Pelayanan | 0,127                       | 0,067      | 0,191                     | 1,895 | 0,061 |
| Harga              | 0,340                       | 0,079      | 0,349                     | 4,308 | 0,000 |
| Suasana Cafe       | 0,311                       | 0,082      | 0,370                     | 3,791 | 0,000 |

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi diatas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,198 + 0,127X_1 + 0,340X_2 + 0,311X_3 + \epsilon$$

Persamaan regresi linier tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

1.  $\alpha = 0,198$  menyatakan bahwa semua variabel memiliki sumbangsih kepada kepuasan konsumen sebesar 0,198%, artinya setiap satu satuan dari ketiga variabel secara bersama-sama akan memberikan pertambahan nilai 0,198. Hal ini ditunjukkan dengan bersama-samanya pengaruh ketiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe dimana nilai tersebut 0,198 artinya adalah nilai tersebut dicapai oleh ketiga variabel yangsecarabersama-sama berpengaruh kepada kepuasan konsumen, artinya ketiga variabel tersebut apabila memiliki setiap peningkatan satu dari ketiga variabel

bersama-sama maka kepuasan pelanggan naik 0,198 , apabila ketiga variabel mempunyai kenaikan dua maka menjadi 2 x 0,198 , dan seterusnya.

2. Koefisien regresi kualitas pelayanan ( $b_1$ ) = 0,127 , menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh besar 0,127 terhadap kepuasan konsumen. Besarnya koefisien regresi variabel bebas kualitas pelayanan ( $X_1$ ) artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan satu satuan maka memberikan sumbangsih kepada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,127 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Koefisien regresi harga ( $b_2$ ) = 0,340 , menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh besar 0,340 terhadap kepuasan konsumen. Besarnya koefisien regresi variabel bebas persepsi harga ( $X_2$ ) artinya setiap peningkatan harga satu satuan maka memberikan sumbangsih kepada peningkatan kepuasan konsumen

sebesar 0,340 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. Koefisien regresi suasana cafe ( $b_2$ ) = 0,311, menunjukkan bahwa variabel suasana cafe mempunyai pengaruh besar 0,311 terhadap kepuasan konsumen. Besarnya koefisien regresi variabel bebas suasana cafe ( $X_3$ ) artinya setiap peningkatan suasana cafe satu satuan maka memberikan sumbangsih kepada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,311 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

## UJI HIPOTESIS

### Hasil Uji Parsial T

| Modal              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.       |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      | B     | Std. Error |
| 1 (Constant)       | 0,198                       | 0,400      |                           | 0,496 | 0,621      |
| Kualitas Pelayanan | 0,127                       | 0,067      | 0,191                     | 1,895 | 0,061      |
| Harga              | 0,340                       | 0,079      | 0,349                     | 4,308 | 0,000      |
| Suasana Cafe       | 0,311                       | 0,082      | 0,370                     | 3,791 | 0,000      |

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji t variabel independen harga terhadap variabel dependen harga menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,308 > t_{tabel}$  1,985. Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kesimpulan : variabel harga secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini, harga berpengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen, dibandingkan dengan variabel bebas lainnya.

hasil uji t variabel independen suasana cafe terhadap variabel dependen kepuasan konsumen menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  adalah  $3,791 > t_{tabel}$  sebesar 1,985.

Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulan : variabel suasana cafe secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji t variabel independen kualitas pelayanan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen menunjukkan nilai

$t_{hitung}$  adalah  $1,895 < t_{tabel}$  sebesar 1,985. Sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Kesimpulan : variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan variabel bebas lainnya.

### Hasil Uji Simultan

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.               |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 Regression | 118,826        | 3  | 39,622      | 55,494 | 0.000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 87,841         | 95 | 0,714       |        |                    |
| Total        | 186,727        | 98 |             |        |                    |

Dilihat dari tabel diatas bahwa ketiga variabel independen yakni kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe memberikan hasil hipotesis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Dikatakan signifikan karena nilai  $F_{hitung}$ . Mempunyai selisih yang jauh dengan  $F_{tabel}$ . Hal ini dibuktikan dengan

nilai  $F_{hitung}$   $55,494 > F_{tabel}$  sebesar 2,70, sehingga  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen bisa diterima dan teruji statistik.

### KOEFISIEN DETERMINASI ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur presentase kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Jika  $R^2$  semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen (X) dalaha besar terhadap variabel (Y). Hal ini berarti penelitian yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan keeratan ariabel independen terhadap variabel dependen dan demikian sebaliknya :

| Mode | R                  | Adjusted R Square | Std. Error of the Estim ate |
|------|--------------------|-------------------|-----------------------------|
| 1    | 0,798 <sup>a</sup> | 0,637             | 0,625                       |

Berdasarkan hasil pengolahan data primer dengan menggunakan program SPSS versi 21.0 memperoleh koefisien  $R^2$  sebesar 0, 637 yang berarti bahwa ketiga variabel independen yakni kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe mempunyai prosentase keeratan kepada variabel kepuasan konsumen sebesar 63,7%, sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan hasil hipotesis peneliti sebagai berikut :

**1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen cafe “Mblara Coffee & Culinary” DiKecamatan Taman (Hipotesis 1).**

Hipotesis pertama yang diajukan bahwa “diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen cafe “Mblara Coffee & Culinary” Di Kecamatan Taman. adalah terbukti tidak benar. dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 1,895 < ttabel sebesar 1,985. Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil tersebut H1 ditolak.

**2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen cafe “Mblara Coffee & Culinary” Di Kecamatan Taman (Hipotesis 2).**

Hipotesis kedua yang diajukan bahwa “diduga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen cafe “Mblara Coffee & Culinary” Di Kecamatan Taman” adalah terbukti benar. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 4,308 > ttabel sebesar 1,985 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil tersebut H2 diterima.

**3. Pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan konsumen cafe “Mblara Coffee & Culinary” Di Kecamatan Taman (Hipotesis 3)**

Hipotesis ketiga yang diajukan bahwa “diduga suasanacafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan cafe “Mblara Coffee & Culinary” Di Kecamatan Taman” adalah terbukti benar. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 3,791 < ttabel sebesar 1,985. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil tersebut H3 diterima.

**4. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen cafe “Mblara Coffee & Culinary” Di Kecamatan Taman (Hipotesis 4)**

Hipotesis keempat yang diajukan bahwa “diduga kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen cafe “Mblara Coffee & Culinary” Di Kecamatan Taman ” adalah terbukti benar. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai Fhitung 55,494

terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung 1,895 > ttabel 1,985 Sehingga H0 diterima dan Ha ditolak.

> Ftabel sebesar 2,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil tersebut H4 diterima.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan penjelasan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di Mblara Coffee & Culinary di Kecamatan Taman, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari ketiga variabel independen variabel harga yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung sebesar 4,308 > ttabel 1,985. Sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel harga secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen bisa diterima dan teruji statistik. Dari hasil penelitian ini, harga berpengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen , dibandingkan dengan variabel bebas lainnya.
2. Variabel independen suasana cafe secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung 3,791 > ttabel 1,985. Sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel suasana cafe secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen bisa diterima dan teruji statistik.
3. Variabel independen kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan

4. Variabel independen yakni kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe memberikan hasil hipotesis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Dikatakan signifikan karena nilai Fhitung. Mempunyai selisih yang jauh dengan Ftabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai Fhitung 55,494 > Ftabel sebesar 2,70 , sehingga H0 ditolak atau Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen bisa diterima dan teruji statistik.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa hal yang perlu di perhatikan dan di harapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk langkah-langkah selanjutnya, yaitu :

1. Bagi Mblara *Coffee & Culinary* perlu mempertahankan harga karena itu merupakan salah satu faktor terbesar yang sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan suatu pembelian. Usaha yang dilakukan adalah dengan adanya live music yang dimainkan sehingga membuat suasana menjadi lebih nyaman sudah sesuai, serta interior dengan gaya media sosial sudah sangat baik untuk menarik banyak konsumen . hal ini mendapat respon tinggi dari konsumen sehingga perlu diperhatikan. Mblara *Coffee & Culinary* harus memperjelas pemasangan nama cafe sehingga dapat memudahkan konsumen untuk

menganali cafe tersebut sehingga memudahkan untuk mengenali nama cafe yang terlihat nyaman & untuk berkunjung datang kembali, banyak konsumen yang masih menyangkan kejelasan pemasangan tanda petunjuk di Mblara Coffee & Culinary untuk itu perlu di tindak lanjuti.

2. Melihat hasil analisis secara keseluruhan, yang mempunyai pengaruh paling kecil adalah kualitas pelayanan, oleh karena itu hendaknya Mblara Coffee & Culinary lebih memperhatikan kualitas pelayanan, terutama dari segi kualitas pelayanan tempat parkir tukang parkir yang memungkinkan untuk dapat dijangkau dengan kendaraan pribadi sehingga memudahkan konsumen untuk berkunjung di Mblara Coffee & Culinary.
3. Bagi peneliti lain hendaknya melakukan penelitian lanjutan untuk dapat mengetahui faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian karena hasil penelitian kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe memberikan kontribusi sebesar 63,7 % sehingga perlu dicari faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen diluar kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe.
4. Bagi peneliti lain juga diharapkan dapat melengkapi kekurangan yang ada dalam penelitian ini, sehingga ilmu pengetahuan tentang penasarana dapat dikembangkan apabila ada peneliti selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dodik Prayoga, Budi Utami, M. Syamsul Hidayat (2019). *Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Dreamblack Coffee Mojokerto)*. Universitas Islam Majapahit Mojokerto
- Febe Angelin Tandjung Suatmodjo, (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Zybrick Coffee & Cantina*. Universitas Kristen Petra.
- Michelle dan Hotlan Siagian, (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Cafe Zybrick Coffee & Cantina*. Universitas Kristen Petra.
- Sari Atul Hilaliyah, Achmad Helmy Djawahir, Christin Susilowati, (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Yang Di Moderasi Oleh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Universitas Brawijaya
- Yudha Dwi Cahya, (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Be Happy Pare Kabupaten Kediri*. Universitas Nusantara PGRI Kediri