

PENGARUH HARGA DAN SUASANA KAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KAFE B-THOENG PANTAI WARNA KUPANG

The Effect of Café Price and Atmosphere on Customer Satisfaction at B-Thoeng Café, Pantai Warna Kupang

Novita Finit^{1,a)}, Paulina Y. Amtiran^{2,a)}, Yosefina K. I. D. D. Dhae^{3,a)}, Rolland E. Fanggidae^{4,a)}

^{1,2,3,4)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)}Vitafinit18@gmail.com, ^{b)}paulinaamtiran@staf.undana.ac.id,
^{c)}yosefina.dhae@staf.undana.ac.id, ^{d)}rolland.fanggidae@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan suasana kafe terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe B-thoeng Pantai Warna Kupang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus lemeshow Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji instrumen data, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji f dengan menggunakan bantuan SPSS versi 27 dan *microsoft excel*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, suasana kafe secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan harga dan suasana kafe secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Kepuasan Pelanggan, Suasana Kafe

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di era globalisasi mulai berkembang pesat, persaingan yang ketat dalam bisnis membuat setiap pengusaha dapat mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Bisnis yang berkembang dan merasakan persaingan saat ini adalah bisnis penyediaan makanan dan minuman atau bisnis kuliner. Salah satu tempat yang menjadi favorit masyarakat yaitu kafe. kafe menjadi salah satu tempat nongkrong bagi masyarakat saat ini. Masyarakat merasa puas apabila kafe menyediaka fasilitas yang lengkap. Kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya seusai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2014) Pelanggan akan merasa puas apabila ekspektasi sesuai dengan apa yang diharapkan begitu pula dengan kafe dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya kepuasan pelanggan yaitu harga dan suasana kafe. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2012). Harga yang sesuai dengan kemampuan masyarakat dapat menarik pelanggan untuk tetap berkunjung, sehingga memberikan keuntungan bagi pemilik usaha atau kafe. Suasana atau *atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik,

dan wangi-wangian, untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat ini (Utami, 2006). Suasana dalam kafe harus di desain secara modern dan memberikan kesan yang nyaman agar konsumen merasa puas dengan lingkungan suasana yang diciptakan.

Salah satu kafe di pantai warna yang menarik perhatian penulis adalah kafe B-thoeng. Kafe B-thoeng, kafe yang berlokasi di Pantai Warna, Jl. Pantai Oesapa. Kel, Oesapa, Kec, Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Kafe B-thoeng merupakan kafe yang terletak di pesisir pantai dimana memberikan tambahan pemandangan yang indah bagi setiap pengunjung yang datang sambil menikmati terbenamnya matahari di sore hari, bukan hanya itu saja kafe yang berada dekat pantai juga cocok bagi kalangan masyarakat yang suka nongkrong, refleksi diri dan bahkan menjadi tempat bersantai dengan keluarga, kerabat, dan teman. Namun beberapa bulan terakhir ini kafe B-thoeng mengalami penurunan dan peningkatan pengunjung pada setiap bulan, banyaknya kafe di pantai warna menjadi dampak bagi kafe B-thoeng karena adanya persaingan, serta munculnya kafe-kafe baru membuat pelaku bisnis kafe harus kreatif untuk membangun kafe menjadi menarik serta membuat kenyamanan serta memberikan rasa puas terhadap pengunjung.

Tabel 1.
Jumlah Pengunjung Kafe B-thoeng Pada Tahun 2023

No	Bulan	Pengunjung	Rata-rata Pengunjung perminggu
1.	Januari	185	26
2.	Februari	100	14
3.	Maret	235	33
4.	April	200	28
5.	Mei	300	42
6.	Juni	350	50
7.	Juli	400	57
8.	Agustus	400	57
9.	September	387	55
10.	Oktober	400	57
11.	November	400	57
12.	Desember	350	50
Total :		3.707	526

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Dari tabel 1. diatas terlihat bahwa terjadi kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung pada kafe B-thoeng pantai warna kupang. Pada Januari terdapat 185 pengunjung memasuki awal bulan Januari biasanya pengunjung belum begitu banyak datang ke kafe B-thoeng, hal ini di karena masyarakat baru saja merayakan natal. Dan pada Februari terjadi penurunan pengunjung, hal ini biasanya terjadi karena pada bulan ini terjadinya badai atau biasa dibilang angin barat (Fenomena Alam) yang mengakibatkan sering terjadi kerusakan pada kafe akibat angin dan gelombang yang besar sehingga pengunjung yang berkunjung tidak begitu banyak. Dan pada bulan-bulan berikutnya seperti Maret, April, Mei, Juni, Juli, Agustus, September, Oktober, November dan Desember terjadi naik-turunnya pengunjung seperti pada tabel 1.1 diatas. Kafe B-thoeng ini tidak jauh berbeda dengan kafe lainnya menawarkan menu yang

sama bentuk kafe yang sama juga. Namun kafe B-toeng ini harus mampu bersaing dengan kafe lainya ditambah lagi bermunculan kafe baru dengan konsep yang berbeda. Dengan kondisi kafe saat ini membuat kafe B-thoeng mengalami kenaikan dan penurunan pengunjung karena persingan yang semakin ketat di bisnis ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2012). Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang di peroleh dan penjualan - penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Harga adalah suatu moneter lainnya termasuk barang dan jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2014). Indikator yang mencirikan harga menurut (Kotler & Keller, 2012) yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing mengenai harga

Suasana Kafe

Suasana atau *atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian, untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat ini (Utami, 2011). Suasana kafe diukur dengan indikator menurut Barry & Evans, (2004), antara lain:

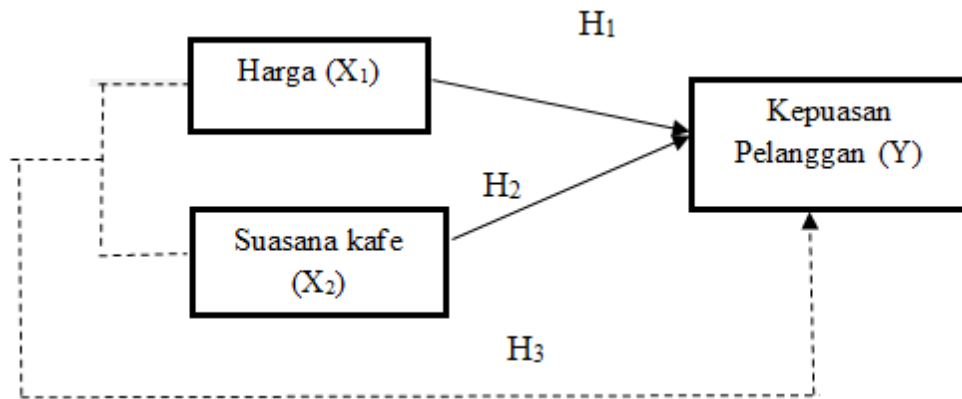
1. *Eksterior* (bagian luar kafe)
2. *Interior* (bagian dalam kafe)
3. *Store layout* (tata letak ruangan)
4. *Interior display* (pajangan)

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2014). Kepuasan pelanggan bermakna perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen ketika menggunakan produk tersebut. Bila konsumen merasakan performa produk sama atau melebihi ekspektasinya, berarti mereka puas. Sebaliknya jika performa produk kurang atau dari ekspektasinya, berarti mereka tidak puas. Atribut pembentuk kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2014) terdiri dari:

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

Kerangka Berpikir



Gambar 1.
Kerangka Berpikir

Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan dihubungkan dengan teori, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Diduga harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe B-thoeng Pantai Warna Kupang
- H2 : Diduga suasana kafe dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe B-toeng Pantai Warna Kupang.
- H3 : Diduga harga dan suasana kafe dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe B-thoeng Pantai Warna Kupang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara empiris. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup yang disebarkan kepada responden untuk memperoleh data yang terukur dan terstandar. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik simple random sampling, menggunakan rumus Lemeshow sehingga diperoleh sebanyak 100 responden sebagai sampel penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, dengan sumber data primer yang berasal dari hasil kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari literatur, jurnal, serta laporan relevan. Sebelum dilakukan analisis, data diuji menggunakan uji instrumen, meliputi uji validitas untuk mengukur keakuratan item pertanyaan dan uji reliabilitas untuk menilai konsistensi jawaban responden. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas guna memastikan kelayakan model regresi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda untuk melihat besarnya pengaruh antarvariabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t untuk menguji pengaruh parsial dan uji F untuk menguji pengaruh simultan, serta dilengkapi dengan

koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung <i>correlation person</i>	r tabel ($\alpha=0,05$) df=N-2	Keterangan
Harga (X1)	X1. 1	0,577	0,196	Valid
	X1. 2	0,584	0,196	Valid
	X1. 3	0,684	0,196	Valid
	X1. 4	0,686	0,196	Valid
	X1. 5	0,304	0,196	Valid
	X1. 6	0,356	0,196	Valid
	X1. 7	0,711	0,196	Valid
	X1. 8	0,657	0,196	Valid
Suasana Kafe (X2)	X2. 1	0,711	0,196	Valid
	X2. 2	0,645	0,196	Valid
	X2. 3	0,518	0,196	Valid
	X2. 4	0,545	0,196	Valid
	X2. 5	0,580	0,196	Valid
	X2. 6	0,663	0,196	Valid
	X2. 7	0,533	0,196	Valid
	X2. 8	0,658	0,196	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,594	0,196	Valid
	Y2	0,684	0,196	Valid
	Y3	0,714	0,196	Valid
	Y4	0,723	0,196	Valid
	Y5	0,750	0,196	Valid
	Y6	0,781	0,196	Valid

Sumber: diolah spss & excel

Berdasarkan Tabel 2. di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh item pernyataan, variabel independen yaitu Harga (X_1), Suasana Kafe (X_2), dan Variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) adalah valid yang ditunjukkan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Uji Reliabilitas

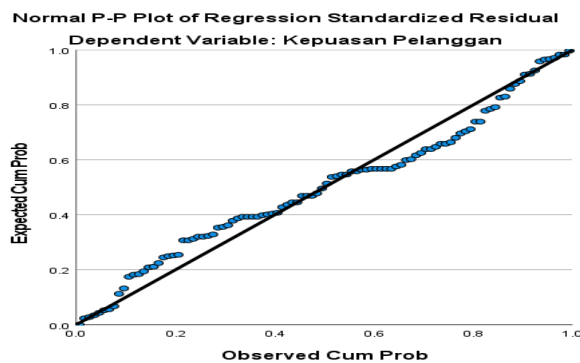
Tabel 3.
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
.925	22

Sumber: diolah oleh SPSS versi 27

Berdasarkan Tabel 3. diatas dapat di ketahui bahwa nilai *cranchbach alpha* dari seluruh item variabel yang diuji nilainya diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini lolos atau dapat di katakan handal dalam uji reliabilitas dan dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

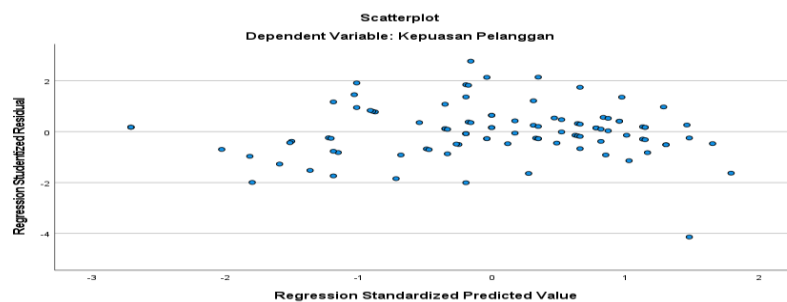


Gambar 2.

Normal P-p plot

Dari Gambar 2. diatas dapat diketahui bahwa distribusi data telah mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu Y dan sumbu X. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendekatan grafik model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 3.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil *Scatter-plot* diatas menunjukkan bahwa permodelan regresi lulus dari uji heterokedastisitas, yang mana berarti permodelan regresi ini bersifat heterokedastisitas. Hal

ini dapat dilihat dari titik-titik pada *Scatter-plot* yang dapat membentuk pola teratur bergelombang, melebar kemudian menyempit.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.245	1.630		-.764	.447		
	Harga	.406	.075	.389	5.414	<.001	.774	1.291
	Suasana Kafe	.453	.063	.518	7.203	<.001	.774	1.291

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: diolah spss versi 27

Berdasarkan Tabel 4. koefisien diatas diperoleh nilai VIF dari variabel Harga (X1) 0,774 dan variabel suasana kafe (X2) adalah 1,291 < 10, dan nilai *tolerance value* 0,774 > 0,01, maka data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

Regresi Linier Berganda

Tabel 5.
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.296	1.637		-.792	.430
	Harga	.413	.077	.391	5.394	<.001
	Suasana Kafe	.449	.063	.514	7.093	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: diolah spss versi 27

Dari hasil yang di sajikan pada Tabel 5. persamaan regresi yang didapatkan adalah:

$$Y = -1,296 + 0,413X_1 + 0,449X_2 + e$$

Berdasarkan pada model persamaan regersi diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai konstanta sebesar – 1,296. Hal ini menunjukkan bahwa pada saat harga (X₁), suasana kafe (X₂), dianggap tetap (konstan), kepuasan pelanggan (Y) akan tetap kosntan -1,296.
2. Nilai koefesien regresi harga sebesar 0,413, nilai koefesien ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel harga dengan variabel kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasi bahwa apabila harga naik 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,413 satuan.
3. Nilai koefesien regresi suasana kafe sebesar 0,449, nilai koefesien ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel suasana kafe dengan variabel kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasi bahwa apabila suasana kafe naik 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,449 satuan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6.
 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 ^a	.611	.603	2.09137

a. Predictors: (Constant), Suasana kafe, Harga

Sumber: diolah spss versi 27

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* 0. 603 yang artinya variabel harga, suasana kafe menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 60, 3 % dan sisanya sebesar 39,7 % dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel penelitian.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Secara Parsial)

Tabel 7.
 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.296	1.637		-.792	.430
	Harga	.413	.077	.391	5.394	<.001
	Suasana Kafe	.449	.063	.514	7.093	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: diolah spss versi 27

Berdasarkan tabel dari hasil uji t disimpulkan:

1. Hipotesis 1: Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
 Untuk t_{hitung} sebesar 5,394 dan untuk nilai t_{tabel} dari hasil $n-k-1$ (n = responden, k = variabel independen) sebesar 1,984. Dengan begitu berdasarkan nilai t_{hitung} sebesar $5,394 > 1,984$ dan untuk nilai probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Kafe B-thoeng. Suasana kafe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hipotesis 2: Pengaruh Suasana Kafe (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
 Untuk t_{hitung} sebesar 7,093 dan untuk nilai t_{tabel} dari hasil $n-k-1$ (n =responden, k = variabel independen) sebesar 1,984 dengan begitu berdasarkan nilai t_{hitung} sebesar $7,093 > 1,984$ dan untuk nilai probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian suasana kafe berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F (Simultan)

Tabel 8.

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	665.850	2	332.925	76.118	<.001 ^b
	Residual	424.260	97	4.374		
	Total	1090.110	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Suasana Kafe, Harga

Sumber: Diolah Spss versi 27.

Berdasarkan tabel diatas (Uji Anova), dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan df 1: 2, dan df 2: 9, maka F_{tabel} didapat $(2:97) = 3,09$. Berdasarkan uji Anova atau uji F dari output spss terlihat bahwa diperoleh F_{hitung} sebesar 76,118 > nilai F_{tabel} 3,09 dan probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$, secara lebih tepat harga dan suasana kafe secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pelanggan

Diketahui hasil dari pengujian hipotesis pada variabel harga (X_1) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya bahwa harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. yang mana harga sangat berperan dalam membentuk tingkat kepuasan. Pelanggan cenderung puas ketika harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan. Penetapan harga yang sebanding dengan kualitas produk dan jasa dan juga harga dapat menjadi penentu keberhasilan bagi pemilik kafe karena harga menentukan besar keuntungan yang akan diperoleh dari penjualan produk baik berupa barang dan jasa, harga dapat memberikan nilai yang layak untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara teori, menurut Lovelock dan Witz, (2011) harga yang kompetitif dapat meningkatkan nilai dari pelanggan yang berujung pada peningkatan kepuasan. Menurut Zeithmal (2000) menyatakan harga menjadi sebuah penilaian pelanggan tentang perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan didapat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Minarti dan Rayhan (2021), Sogen et al., (2023) dan penelitian yang dilakukan Rooroh, Moniharapon dan Loindong (2020) yang dimana hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Suasana Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan

Diketahui hasil pengujian hipotesis, pada variabel suasana kafe (X_2) menunjukkan bahwa suasana kafe berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Suasana kafe merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. pelanggan yang datang berkunjung biasanya akan merasa nyaman jika suasana kafe yang dipilih sesuai dengan harapan mereka, pelanggan akan lebih tertarik dengan desain lingkungan yang furnitur yang tepat, pencahayaan yang hangat dan dekorasi yang unik dapat menciptakan suasana yang mengundang dan membuat pengunjung merasa santai, hal seperti inilah yang dibutuhkan oleh pengunjung karena mereka mencari tempat untuk bersantai bersama kerabat, atau teman. Secara teori, menurut (Turley dan Milliman, 2000) yang menyatakan bahwa suasana yang menarik dapat memberikan nilai pengalaman bagi pelanggan, yang pada

akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Minarti dan Rayhan (2021) dan penelitian yang dilakukan Rooroh, Moniharapon dan Loindong (2020) yang dimana hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara variabel suasana kafe terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga, Suasana Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan

Diketahui hasil pengujian hipotesis, harga (X_1), dan suasana kafe (X_2) menunjukkan bahwa berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). menunjukkan bahwa harga dan suasana kafe mempengaruhi kepuasan pelanggan. harga yang sesuai dan harga yang mendukung akan memberikan nilai tambah bagi pelanggan, menciptakan pengalaman yang memuaskan dan bahkan membuat mereka ingin kembali. Secara teori, menurut Lovelock dan Wright, (2007) kombinasi faktor – faktor yang membentuk persepsi harga dan suasana akan mempengaruhi evaluasi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan terhadap kepuasan mereka secara keseluruhan. Jika Kafe B-thoeng berhasil menjaga keseimbangan antara harga yang kompetitif dan suasana kafe yang menyenangkan, ini akan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan secara keseluruhan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Minarti dan Rayhan (2021) dan penelitian yang dilakukan Rooroh, Moniharapon dan Loindong (2020) yang dimana hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan antara variabel harga dan suasana kafe terhadap kepuasan pelanggan

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan suasana kafe memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe B-thoeng. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin sesuai harga dengan kualitas produk dan layanan yang diterima, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Selanjutnya, suasana kafe juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa kenyamanan, kebersihan, dan desain interior kafe menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung. Selain itu, hasil uji simultan menunjukkan bahwa harga dan suasana kafe secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa kombinasi antara harga yang terjangkau dan suasana yang menyenangkan mampu meningkatkan persepsi kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dengan demikian, pihak pengelola Kafe B-thoeng disarankan untuk terus menjaga keseimbangan antara strategi penetapan harga dan peningkatan kualitas suasana kafe guna mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran

1. Bagi Pemilik Kafe B-thoeng Oesapa

Bagi pemilik kafe disarankan untuk meningkatkan harga yang lebih terjangkau di menu favorit, kompetitor bisa menyediakan paket hemat untuk meningkatkan nilai beli, memberikan diskon dan promo rutin, variasi menu unik yang belum ada di kafe, evaluasi harga secara berkala. Bagi pemilik kafe disarankan untuk meningkatkan suasana kafe dapat memberikan fasilitas tambahan seperti, *wifi*, stop kontak, *live music*. Membuat tempat yang instagramable seperti, spot foto dan pencahayaan alami. Menjaga kebersihan dan kerapian kafe agar terlihat menarik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain selain variabel harga, suasana kafe dan kepuasan pelanggan yaitu variabel seperti kualitas produk, variasi menu, kualitas pelayanan, promosi sehingga penelitian selanjutnya lebih baik. Penulis menyarankan untuk mencari dan membaca lebih banyak referensi lain agar hasil penelitian berikutnya lebih baik dan menambah pengetahuan baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Barry & Evans. (2004). *Retail Management*. Pearson New Jersey.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Levy & Weitz. (2014). *Retailing Management*. United States Of America: McGraw-Hill International.
- Lupiyoadi. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock & Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Minarti & Rayhan. (2020). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'Malaka Watansoppeng. *Jurnal Ilmiah MENTANSI "Manajemen Dan Akuntansi"*.
- Rooroh, Moniharapon. & Loindong. (2020). Pengaruh Suasana Kafe., Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan . (Studi pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal Manajemen*.
- Sogen, P. M. M., Bunga, M., Dhae, Y. K. I. D. D., & Fanggidae, R. P. C. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Aroma Kota Kupang. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(3), 681–693. <https://doi.org/10.35508/glory.v4i3.10493>
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan , dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turley & Milliman. (2007). *Atmospheric Effects On Shopping Behavior: A Riview Of The Experimental Avidence*. *Jurnal Of Bisnis Research*.
- Utami, C. W. (2011). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.