

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Di Akar Coffee Wates

Rizki Winda Puspita Sari

Universitas Islam Kediri

rizkiwindaaps@gmail.com

Edi Murdiyanto

Universitas Islam Kediri

edimurdiyanto@uniska-kediri.ac.id

Zaenul Muttaqien

Universitas Islam Kediri

aqienz07@gmail.com

Alamat : Jl.Sersen Suharmaji No.38, Manisrenggo, Kota Kediri, Jatim

Korespondensi penulis : rizkiwindaaps@gmail.com

Abstract. *A form of strategy to influence consumer satisfaction can be done by providing good quality service. Consumers feel that what they want will be served responsively, besides this, the variety of products available will fulfill consumers' taste desires. A comfortable cafe atmosphere can make consumers feel satisfied and want to make repeat purchases. The aim of this research is to determine the influence of service quality, product diversity and cafe atmosphere on consumer satisfaction at Akar Coffee Wates. This research uses a quantitative approach with a sample of 112 respondents. From the results of the t test, service quality has a significant effect on consumer satisfaction with a sig value of $0.000 < 0.05$, so H_0 rejected and H_a accepted. Then product diversity has a significant effect on consumer satisfaction with a sig value of $0.000 < 0.05$, so H_0 rejected and H_a accepted. And the atmosphere of the cafe has a significant effect on consumer satisfaction with a sig value. $0.000 < 0.05$ then H_0 rejected and H_a accepted. In the F test results, a Sig value of $0.000 < 0.05$ is obtained, so H_0 rejected and H_a accepted, meaning that service quality, product diversity and cafe atmosphere simultaneously influence consumer satisfaction at Akar Coffee Wates.*

Keywords: *Service Quality, Product Diversity, Cafe Atmosphere, and Consumer Satisfaction.*

Abstrak. Bentuk strategi untuk memengaruhi kepuasan konsumen bisa dilakukan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Konsumen merasa hal yang diinginkan akan dilayani secara tanggap, disamping hal tersebut dengan adanya keragaman produk yang tersedia akan memenuhi keinginan selera konsumen. Suasana Cafe yang tercipta dengan nyaman dapat membuat konsumen merasa puas dan menginginkan untuk melakukan pembelian ulang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di Akar Coffee Wates. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 112 responden. Dari hasil uji t kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan suasana cafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pada hasil uji F diperoleh nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa kualitas pelayanan, keragaman produk, dan suasana cafe secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Akar Coffee Wates.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Suasana Cafe, dan Kepuasan Konsumen.

LATAR BELAKANG

Di era modern ini perkembangan bisnis sangat pesat dan beragam. Sebuah ide baru akan berpengaruh besar terhadap kelangsungan suatu bisnis. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya berbagai jenis cafe. Perkembangan dibidang ini dipengaruhi oleh banyak faktor. Adapun faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perkembangan cafe seperti gaya hidup dalam masyarakat. Perubahan gaya hidup masyarakat menjadikan bisnis ini menjamur sehingga bisa ditemukan diberbagai daerah. Bisnis cafe di Tanah Air terus berkembang sehingga dapat diperhitungkan sebagai salah satu bisnis yang menguntungkan hingga saat ini. “Sekitar lebih dari 10.000 café di Indonesia yang diperkirakan masih akan terus tumbuh. Pada 2013-2018, total pendapatan sektor café bisa mencapai meningkat dari USD 3,4 miliar menjadi USD 4,16 miliar” (Putra, 2016)

Salah satunya yaitu Akar Coffee. Akar Coffee adalah sebuah café yang berada di daerah Wates, Kabupaten Kediri. Akar Coffee ini berdiri pada tahun 2020 yang terletak ditempat strategis yaitu di jalan Raya Kediri no 248 Jayaraya Wates, serta berdekatan dengan perlintasan bundaran, yang menjadi ciri khas bagi daerah Wates. Akar Coffee ini merupakan café yang banyak dikunjungi oleh kalangan muda hingga dewasa, seringkali dijumpai para konsumen melakukan kegiatan untuk mengerjakan tugas, berkumpul maupun berinteraksi, hingga hanya sekedar untuk melepaskan penat sejenak dan menikmati suasana café. Akar Coffee selalu memiliki cara untuk membuat pengunjungnya merasa puas, karena kepuasan pengunjung adalah hal utama yang diperhatikan. Adanya pelayanan yang tanggap, menu makanan dan minuman yang beragam, serta terciptanya suasana asik yang kekinian. Kepuasan konsumen juga memerlukan peninjauan yang menunjang seperti faktor kualitas pelayanan, keragaman produk, dan suasana cafe.

Terhadap *research gap* hasil penelitian tentang kualitas pelayanan menurut Putra et al., (2021) menyatakan bahwa “secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen”, sedangkan menurut hasil penelitian dari Rohman dan Marlina (2021) menyatakan bahwa “kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen”. *Research gap* penelitian mengenai keragaman produk menurut hasil penelitian Wardhani dan Dwijayanti (2021) menyatakan bahwa “keragaman produk adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”, sedangkan menurut hasil penelitian dari Diantika et al., (2022) menyatakan bahwa “keragaman produk memiliki pengaruh secara parsial pada kepuasan konsumen”. *Research gap* penelitian tentang suasana café yang dilakukan oleh Sholihah (2020) menyatakan bahwa “suasana café berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen”.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah dan *research gap* di atas maka penulis tertarik untuk mengajukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Akar Coffee Wates”.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Utami dan Kamilia (dalam Nurhajjah, 2021) “kualitas pelayanan merupakan sebuah keunggulan atau keistimewaan yang dipandang secara luas sebagai penyampaian layanan untuk memenuhi harapan konsumen”. Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2015) yaitu : Bukti Fisik (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*assurance*), Empati (*empathy*).

H₁ : kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Keragaman Produk

Kotler dan Keller (dalam Ardiansyah dan Aprianti, 2020) “keragaman produk adalah suatu kelompok barang yang berhubungan dengan cara kesesuaian ataupun keserasian namun berbeda tetapi berhubungan, yang biasa disebut dengan sistem produk”. Indikator keragaman produk menurut Zielke (dalam Pramesti et al., 2021) antara lain : Persepsi keragaman harga produk, Keragaman kualitas produk, Keragaman jenis produk, Keragaman tampilan produk.

H₂ : keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Suasana Cafe

Tamam (2021) “suasana café mempunyai peran penting untuk memikat konsumen dalam berkunjung dengan memberikan sarana dan prasarana yang menarik sehingga konsumen merasa tenang dan damai”. Indikator suasana café menurut Masrul dan Karneli (dalam Rofi’ah, 2020) antara lain : *Exterior* (bagian depan toko), *General Interior* (bagian dalam toko), *Store Layout* (tata letak toko), *Interior Display* (pemajangan informasi).

H₃ : suasana cafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

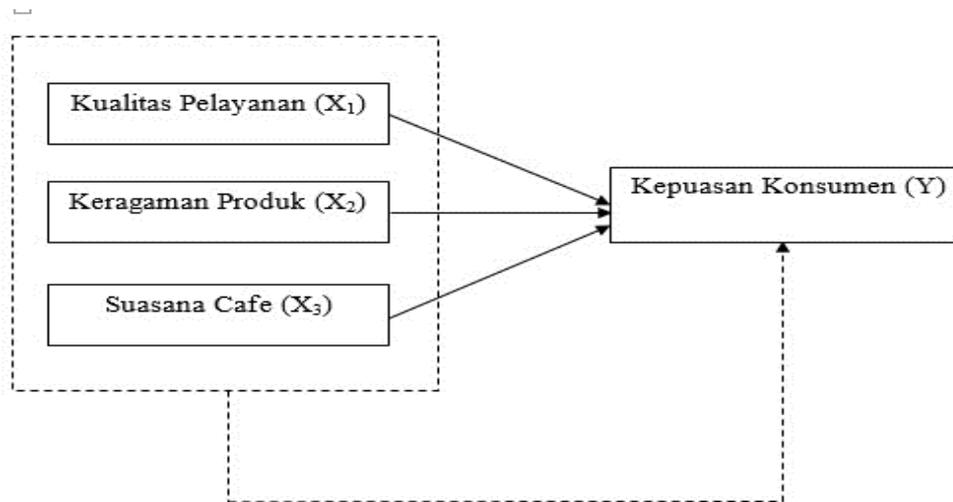
Kepuasan Konsumen

Sulistiyawati dan Seminar (2015) “kepuasan konsumen adalah suatu hasil purna beli, jika kepuasan konsumen terpenuhi maka akan timbul loyalitas dari konsumen, sehingga kepuasan ini menjadi hal yang penting bagi perusahaan”.

H_a : kualitas pelayanan, keragaman produk, dan suasana cafe secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan kajian teori diatas diperoleh kerangka teoritik sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Teoritik



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis Asosiatif dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. “Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan” (Sugiyono, 2016).

Populasi

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2016). Berdasarkan uraian tersebut populasi dari penelitian ini adalah para konsumen yang berkunjung di Akar Coffee Wates.

Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2016). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 112 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. “*Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data” (Sugiyono, 2016).

Teknik Analisis

Uji Validitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa “uji validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner”. Pengujian ini signifikansinya 5% dengan kriteria pengujian : Nilai signifikansi $< 0,05$ maka kuesioner dikatakan valid. Nilai signifikansi $> 0,05$ maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa “Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.” Nilai cronbach Alpha $> 0,60$, variabel dinyatakan valid. Nilai cronbach Alpha $< 0,60$, variabel dinyatakan tidak valid.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji yang digunakan yaitu teknik Kolmogorov-smirnov. Dengan hasil jika nilai sig lebih besar atau sama dengan 0,05 maka berdistribusi normal, sedangkan jika sig kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal.

2. Uji Linearitas

Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linear antara variabel dependen dan variabel independen. Jika nilai *deviation from linearity* sig. $> 0,05$ maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Jika nilai *deviation from linearity* sig. $< 0,05$ maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

3. Uji Multikolinearitas

Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai *variance inflation factor* (VIF) tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai VIF < 10 , maka variabel dinyatakan bebas multikolinearitas. Nilai VIF > 10 , maka variabel dinyatakan ada multikolinearitas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018) mengatakan bahwa “uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”.

Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda berdasarkan variabel yang diteliti oleh peneliti :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel dependen (Kepuasan konsumen)
- a = Koefisien regresi (konstanta)
- b₁ = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan
- b₂ = Koefisien regresi Keragaman Produk
- b₃ = Koefisien regresi Suasana Cafe
- x₁ = Variabel independen (Kualitas Pelayanan)
- x₂ = Variabel independen (Keragaman Produk)
- x₃ = Variabel independen (Suasana Café)
- e = Standar error

Uji t (Uji Parsial)

Ghozali (2018) mengatakan bahwa “Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Nilai sig t < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai sig t > 0,05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji F (Uji Simultan)

“Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat” (Ghozali 2018). Nilai sig F < 0,05 maka, H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Nilai sig F > 0,05 maka, H₀ diterima dan H_a ditolak, artinya semua variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R²)

“Koefisien Determinasi (R²) intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu variabel independen memberikan hampir sama informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen” (Ghozali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Uji Validitas****Tabel 1. Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai Korelasi (Pearson Corellation)	Probabilitas Korelasi [Sig.(2-tailed)]	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1	0,515	0,000	Valid
	2	0,634	0,000	Valid
	3	0,675	0,000	Valid
	4	0,767	0,000	Valid
	5	0,430	0,000	Valid
	6	0,697	0,000	Valid
	7	0,615	0,000	Valid
	8	0,577	0,000	Valid
	9	0,753	0,000	Valid
	10	0,714	0,000	Valid
Keragaman Produk (X ₂)	1	0,600	0,000	Valid
	2	0,771	0,000	Valid
	3	0,670	0,000	Valid
	4	0,641	0,000	Valid
	5	0,702	0,000	Valid
	6	0,688	0,000	Valid
	7	0,703	0,000	Valid
	8	0,712	0,000	Valid
Suasana Cafe (X ₃)	1	0,640	0,000	Valid
	2	0,605	0,000	Valid
	3	0,715	0,000	Valid
	4	0,657	0,000	Valid
	5	0,512	0,000	Valid
	6	0,602	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,824	0,000	Valid
	2	0,804	0,000	Valid
	3	0,796	0,000	Valid

	4	0,803	0,000	Valid
--	---	-------	-------	-------

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 1 tersebut, uji validitas terhadap 112 responden memiliki nilai probabilitas korelasi [sig. (2-tailed)] < dari taraf signifikan (α) sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa uji validitas keseluruhan item butir pernyataan terbukti valid dan layak untuk dilakukan pengamatan lebih lanjut.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,838	0,60	Reliabel
Keragaman Produk (X_2)	0,840	0,60	Reliabel
Suasana Cafe (X_3)	0,678	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,883	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 2 tersebut, menyatakan bahwa indikator dan kuesioner dari ketiga variabel tersebut reliabel atau layak dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

No	Variabel	Nilai Signifikan	Ketentuan	Keputusan
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,067	> signifikan 0,05	Berdistribusi normal
2	Keragaman produk (X_2)	0,067		Berdistribusi normal
3	Suasana Café (X_3)	0,067		Berdistribusi normal
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0,067		Berdistribusi normal

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 3 tersebut, nilai Sig seluruh variabel yaitu 0,067 atau lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan masing-masing variabel penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Uji Linearitas

Tabel 4. Uji Linearitas

No	Variabel	Nilai Signifikan	Ketentuan	Keputusan
1	Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	.112	> signifikan 0,05	Memiliki hubungan yang linear
2	Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen	.097		Memiliki hubungan yang linear
3	Suasana Cafe terhadap Kepuasan Konsumen	.573		Memiliki hubungan yang linear

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 4 tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan uji linearitas antara variabel bebas dengan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

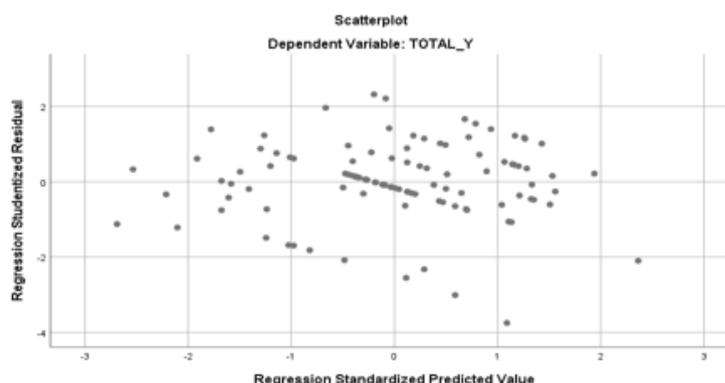
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,517	1,934	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Keragaman Produk (X_2)	0,460	2,173	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Suasana Café (X_3)	0,515	1,940	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 5 tersebut, memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10,0 dan masing – masing memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinearitas dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 2 tersebut, bahwa data menyebar secara merata di atas dan di bawah garis nol, serta tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Regresi (B)	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig-t	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,161	4,454	1,981	0,000	H _{a1} diterima
Keragaman Produk	0,144	3,959	1,981	0,000	H _{a2} diterima
Suasana Cafe	0,396	8,016	1,981	0,000	H _{a3} diterima
Konstanta (a)					3,643
Nilai Korelasi					0,891
Nilai Koefisien Determinasi (R ²)					0,793
F _{hitung}					137,956
F _{tabel}					2,69
Signifikan Fhitung				0,000	H ₄ diterima
Y					Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 6 tersebut, perhitungan yang tersaji bisa diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,643 + 0,161 X_1 + 0,144 X_2 + 0,396 X_3$$

Dapat dijelaskan mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 3,643 dapat diartikan bahwa variabel bebas yang meliputi kualitas pelayanan, keragaman produk, dan suasana cafe tidak mengalami perubahan, maka besarnya kepuasan konsumen sebesar 3,643.
2. Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan (b₁) = 0,161 (X₁) dapat diartikan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat tetapi variabel lain tetap maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,161.
3. Koefisien Regresi Keragaman produk (b₂) = 0,144 (X₂) dapat diartikan bahwa apabila keragaman produk meningkat tetapi variabel lain tetap maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,144.

4. Koefisien Regresi Suasana Café (b_3) = 0,396 (X_3) dapat diartikan bahwa apabila suasana café meningkat tetapi variabel lain tetap maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,396.

Hasil Uji t dan Uji F

Tabel 7. Uji t dan Uji F

Hipotesis	Hasil Analisis Data	Keterangan
Diduga Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen	t_{hitung} sebesar 4,454 > t_{tabel} sebesar 1,981 Signifikan. t (0,000) < 0,05	H_{a1} diterima
Diduga Keragaman Produk (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen	t_{hitung} sebesar 3,959 > t_{tabel} sebesar 1,981 Signifikan. t (0,000) < 0,05	H_{a2} diterima
Diduga Suasana Cafe (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen	t_{hitung} sebesar 8,016 > t_{tabel} sebesar 1,981 Signifikan. t (0,000) < 0,05	H_{a3} diterima
Diduga Kualitas Pelayanan (X_1), Keragaman Produk (X_2), Suasana Cafe (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen	F_{hitung} sebesar 137,956 > F_{tabel} sebesar 2,69 Signifikan. F (0,000) < 0,05	H_{a4} diterima

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Uji t

Berdasarkan hasil tabel 7 tersebut, dapat dihasilkan perhitungan nilai uji t sebagai berikut :

1. Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Hasil perhitungan uji t pada hipotesis pertama diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,454 > t_{tabel} sebesar 1,981 dan bersifat signifikan. Dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 ini mengindikasikan penolakan hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a) secara parsial.

2. Uji t Variabel Keragaman Produk (X_2)

Hasil perhitungan uji t pada hipotesis kedua diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,959 > t_{tabel} sebesar 1,981 dan bersifat signifikan. Dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 ini mengindikasikan penolakan hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a) secara parsial.

3. Uji t Variabel Suasana Cafe (X_3)

Hasil perhitungan uji t pada hipotesis ketiga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $8,016 > t_{tabel}$ sebesar 1,981 dan bersifat signifikan. Dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ ini mengindikasikan penolakan hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a) secara parsial.

Uji F

Berdasarkan hasil tabel 7 diatas, disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 137,956 lebih besar dari pada nilai F_{tabel} sebesar 2,69, dengan tingkat signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih rendah dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05. Dengan mengacu pada perhitungan tersebut, dapat dijelaskan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima, sementara hipotesis nol (H_0) ditolak.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil tabel 6 diatas, dapat dihasilkan perhitungan nilai mengenai koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Angka korelasi (R) sebesar 0,891 mengindikasikan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (X_1), keragaman produk (X_2), dan suasana café (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) tergolong dalam kategori hubungan yang sedang hingga cukup kuat.
2. Nilai Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,793 ini berarti dampak kualitas pelayanan (X_1), keragaman produk (X_2), dan suasana café (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sekitar 79,3% sementara sisanya berasal dari variabel dan indikator lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut : Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Akar Coffee Wates dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Keragaman Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Akar Coffee Wates dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima, Suasana Cafe memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Akar Coffee Wates dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Secara simultan kualitas pelayanan, keragaman produk, dan suasana cafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Akar Coffeee Wates dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Saran untuk penelitian Akar Coffee Wates juga perlu menambahkan adanya fasilitas pendukung untuk menarik konsumen berkunjung, dengan memberikan kebutuhan operasional perusahaan dapat meningkatkan kemajuan suatu usaha agar disukai oleh sesama kalangannya. Akar Coffee Wates juga harus menarik minat konsumen agar konsumen mempunyai keinginan untuk berkunjung kembali berkat pelayanan dan aneka ragam produk minuman dan makanan yang dimiliki sehingga konsumen serta turut untuk bersedia merekomendasikan kepada konsumen lain.

DAFTAR REFERENSI

- Ardiansyah, Fandi and Kartin Aprianti. 2020. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima." *JURNAL BRAND* 2(2):163–69.
- Diantika, Annisa Rahma, Beny Mahyudi Saputra, and Diana Ambarwati. 2022. "Pengaruh Keragaman Produk, Ketersediaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hikmah Mart Jajar Wates Serdang." *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS* 1(2):175–88.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Nurhajjah, Sitta, Isti Riana Dewi, and Rohadatul Aisy. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Business Centre SMKN 1 Lemahabang Cirebon." *JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS* 7(2):212–23.
- Pramesti, Detika Yossy, Sri Widyastuti, and Dian Riskarini. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee." *JIMP* 1(1):27–39.
- Putra, Idris Rusadi. 2016. "Menjamurnya Bisnis Cafe Di Tanah Air." *Merdeka.Com*. Retrieved January 6, 2023 (<https://www.merdeka.com/uang/menjamurnya-bisnis-cafe-di-tanah-air.html>).
- Putra, Moulana Alfajar, Adnan, and Siti Maimunah. 2021. "Pengaruh Atmosfer Cafe, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Station Coffee Premium Kota Lhokseumawe." *JURNAL VISIONER & STRATEGIS* 10(2):49–56.
- Rofi'ah, Maghfiratur. 2020. "Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Navila Cafe." *BIMA (Journal of Business and Innovation Management)* 2(2):233–45.
- Rohman, Ahmad Khori Fathur and Novi Marlina. 2021. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9(2):1251–57.
- Sholihah, Isna Aminatus. 2020. "Pengaruh Suasana Cafe Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Merdeka Cafe Nganjuk." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8(1):750–56.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.

- Sulistyawati, Ni Made Arie and Ni Ketut Seminari. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 4(08):2318–32.
- Tamam. 2021. “Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kalibata Coffee Kalianda.” *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Kalianda* 4(1):34–44.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Wardhani, Febila Kusuma and Renny Dwijayanti. 2021. “Pengaruh Store Atmosphere Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya.” *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 5(1):510–21.