

## Pengaruh Suasana Café, Etika Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo Wlingi

Novita Sari<sup>1</sup>, Novita Putri Diantanti<sup>2</sup>, Sutowo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Balitar Blitar, Indonesia

Alamat: Jl. Imam Bonjol No. 16 Kota Blitar

Korespondensi penulis: [novitanovita0709@gmail.com](mailto:novitanovita0709@gmail.com)

### Abstract

*Culinary at this time is a business that is very developed, so there is a lot of competition. There are many forms of competition in all businesses such as restaurants, places to eat and cafes nowadays. One of these culinary businesses is Coffee Shop and Bistro Cak Kreebo. This study aims to determine the effect of the café atmosphere, service ethics, and service quality on customer satisfaction at the Coffee Shop and Bistro Cak Kreebo Wlingi. The research method used is a survey with a quantitative research approach. The sampling technique used is purposive sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 customers who had made purchases at the Coffee Shop and Bistro Cak Kreebo Wlingi. The results showed that the café atmosphere has a value of 0.355 which means  $> \alpha 0.05$  so that the café atmosphere variable does not partially have a significant effect on customer satisfaction. While service ethics and service quality have a value of 0.003 and 0.000, which means  $< \alpha 0.05$ . This shows that service ethics and service quality partially have a significant influence on customer satisfaction at Coffee Shop and Bistro Cak Kreebo Wlingi. As for simultaneously the café atmosphere, service ethics and service quality have a significant effect on customer satisfaction. The three independent variables are able to explain the dependent variable, namely customer satisfaction by 46%, while the remaining 54% is explained by other variables not included in this study.*

**Keywords:** *café atmosphere, service ethics, service quality, customer satisfaction, coffee shop and bistro*

### Abstrak

Kuliner pada saat ini merupakan usaha yang amat berkembang, sehingga banyak persaingan. Beragam bentuk persaingan di semua bisnis sudah banyak seperti restoran, tempat makan dan café masa ini. Salah satu bisnis kuliner ini adalah Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana café, etika pelayanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo Wlingi. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo Wlingi sebanyak 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana cafe memiliki nilai sebesar 0.355 yang artinya  $> \alpha 0.05$  sehingga variabel suasana cafe secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan etika pelayanan dan kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 0.003 dan 0.000 yang artinya  $< \alpha 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa etika pelayanan dan kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo Wlingi. Adapun secara simultan suasana café, etika pelayanan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan sebesar 46%, sedangkan 54% sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** suasana café, etika pelayanan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, coffee shop dan bistro.

## **1. LATAR BELAKANG**

Kuliner pada saat ini merupakan usaha yang amat berkembang, sehingga banyak persaingan. Beragam bentuk persaingan di semua bisnis sudah banyak seperti restoran, tempat makan dan café masa ini. Dampak perihal tersebut, restoran, rumah makan, dan café wajib mempunyai perancangan yang benar-benar bermanfaat untuk melengkapi sasaran kapasitas penjualan. Penjual perlu segera bertindak cepat dan cermat agar konsisten dalam bersaing ketika mengalami pembaruan teknologi yang kian maju dan berkembang. Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi yang memiliki beragam kuliner yang khas dan menarik. Hal ini disebabkan karena terdapat berbagai macam kondisi wilayah dan komunitas sosial masyarakat.

Diantara tren pertumbuhan usaha adalah bisnis kuliner yang saat ini tengah ramai disukai oleh banyak golongan yaitu usaha café. Di dalam bisnis kuliner terutama café, pemilik café juga dituntut mengutamakan kepuasan terhadap pelanggan. Untuk menghasilkan kepuasan pelanggan, maka café tersebut juga harus mengoptimalkan kinerja dari pelayanannya mulai dari etika hingga kualitas pelayanannya. Karena terjadi peningkatan usaha café yang hampir serupa dan terus meningkat, pemilik café harus mempunyai ide-ide terbaru dalam mengembangkan usaha café tersebut agar tetap bertahan dalam persaingan di pasar. Salah satu usaha café yang ada di Jawa Timur atau tepatnya di Kabupaten Blitar yaitu Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo wlingi.

Maka dari itu, peneliti ingin meneliti bagaimana pengaruh dari suasana café, etika pelayanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang ada di Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo wlingi. Hasil ini diharapkan dapat menjadi tambahan masukan untuk kemajuan bagi pemilik café untuk mengembangkan bisnisnya.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan menggunakan populasi penelitian pelanggan yang melakukan pembelian di Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo Wlingi. Teknik sampling yang digunakan yaitu nonprobability sampling. Lalu teknik pengumpulan data yang peneliti pakai yaitu berupa kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti menyebar kuesioner dengan cara menyebarkan selebaran angket di café dan juga Google Form, kepada pelanggan yang sudah melakukan pembelian lebih dari dua kali.

Karena jumlah ukuran yang belum pasti, maka untuk menentukan ukuran sampel secara pasti peneliti menggunakan rumus Rao Purba. Skala pengukuran dengan skala likert , rentang skala dimulai dari 1 sampai 5 dengan keterangan sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Kemudian, instrumen tersebut digunakan untuk mengetahui valid dan reliabel dari suatu item pertanyaan. Penelitian ini fokus meneliti pengaruh suasana café, etika pelayanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### HASIL

##### 1. Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan untuk menguji alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini, uji instrumen yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Sig. (2 tailed)	Keterangan
Suasana <i>Café</i> (X1)	X1.1	0,137	Tidak Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
	X1.4	0,000	Valid
	X1.5	0,000	Valid
	X1.6	0,000	Valid
	X1.7	0,000	Valid
	X1.8	0,000	Valid
	X1.9	0,000	Valid
	X1.10	0,000	Valid
	X1.11	0,000	Valid
	X1.12	0,000	Valid
	X1.13	0,000	Valid
	X1.14	0,000	Valid
	X1.15	0,001	Valid
	X1.16	0,000	Valid
Etika Pelayanan (X2)	X2.1	0,002	Valid
	X2.2	0,000	Valid

Variabel	Item	Sig. (2 tailed)	Keterangan
	X2.3	0,000	Valid
	X2.4	0,000	Valid
	X2.5	0,000	Valid
	X2.6	0,000	Valid
	X2.7	0,000	Valid
	X2.8	0,000	Valid
	X2.9	0,000	Valid
	X2.10	0,000	Valid
	X2.11	0,000	Valid
	X2.13	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,000	Valid
	X3.2	0,000	Valid
	X3.3	0,000	Valid
	X3.4	0,000	Valid
	X3.5	0,000	Valid
	X3.6	0,000	Valid
	X3.7	0,000	Valid
	X3.8	0,000	Valid
	X3.9	0,000	Valid
	X3.10	0,000	Valid
	X3.11	0,001	Valid
	X3.12	0,001	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,324	Tidak Valid
	Y.2	0,000	Valid
	Y.3	0,000	Valid
	Y.4	0,000	Valid
	Y.5	0,000	Valid
	Y.6	0,000	Valid
	Y.7	0,000	Valid
	Y.8	0,000	Valid
	Y.9	0,000	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1 diketahui bahwa ada dua item yang tidak valid maka dari itu item yang tidak valid dikeluarkan, lalu nilai item pernyataan

nilai sig. (2 tailed) < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid. Artinya semua item pernyataan sudah sesuai dengan keabsahan dan keakuratan dalam mengukur variabel suasana *café*, etika pelayanan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Setelah diketahui hasil uji validitas, maka dilakukan uji reliabilitas. Uji ini dilakukan untuk melihat konsistensi dari indikator yang digunakan untuk mengukur variabel. Tingkat konsistensi ini dilihat dari konsistensi jawaban responden dalam kondisi dan keadaan apapun. Hasil uji reliabilitas ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Suasana <i>Café</i> (X1)	0.737	Reliabel
Etika Pelayanan (X2)	0.766	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0.661	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.726	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Hasil uji reliabilitas dalam Tabel 2 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel suasana *café* sebesar 0.737, etika pelayanan sebesar 0.766, kualitas pelayanan sebesar 0.661, dan kepuasan pelanggan sebesar 0.726. Berdasarkan hasil nilai semua variabel Cronbach's Alpha  $\geq 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa apabila item pernyataan digunakan kembali maka setiap item pernyataan akan memperoleh hasil yang konsisten.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menyatakan normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Pengujian normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*, yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas sig.  $\alpha$  dimana nilai probabilitas sig.  $\alpha$  harus lebih dari 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 3 :

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44350843
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.049
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.60 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $0.200 > 0,05$  maka uji normalitas pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.

Teknik pengujian multikolinearitas adalah teknik dengan membandingkan nilai VIF dan nilai *tolerance*. Dimana apabila nilai VIF lebih kecil dari  $< 10.00$  dan nilai *tolerance* lebih besar dari  $> 0.10$  maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4 :

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Suasana Café (X1)	0.671	1.490	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Etika Pelayanan (X2)	0.514	1.946	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X3)	0.557	1.795	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji multikolinearitas dapat diketahui nilai VIF variabel suasana *café* sebesar 1.490, etika pelayanan sebesar 1.946, dan kualitas pelayanan sebesar 1.795. Dimana semua VIF masing-masing variabel  $< 10.00$ . Sedangkan nilai tolerance variabel suasana *café* sebesar 0.671, etika pelayanan sebesar 0.514, dan kualitas pelayanan sebesar 0.557. Dimana semua nilai tolerance masing-masing variabel  $> 0.10$ . Berdasarkan hasil perbandingan tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Selanjutnya dilakukan teknik pengujian uji heteroskedastisitas adalah dengan membandingkan nilai sig, apabila nilai sig.  $> 0,05$  maka regresi tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 5 :

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Signifikan	Keterangan
Suasana <i>Café</i> (X1)	0.995	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Etika Pelayanan (X2)	0.300	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X3)	0.389	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil Tabel 5 hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa tidak adanya variabel bebas yang terdapat gejala heteroskedastisitas. Hal itu dapat dilihat dari hasil nilai uji setiap variabel, dimana nilai signifikansi suasana *café* sebesar 0.995 yang artinya  $> 0.05$ . Kemudian variabel etika pelayanan sebesar 0.300  $> 0.05$ . Dan nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar 0.389  $> 0.05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

### 3. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji T, uji F, dan uji determinasi. Uji hipotesis yang pertama yaitu uji parsial (uji T), Uji t dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Teknik pengujian uji t adalah dengan membandingkan nilai signifikansi dimana apabila

nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 3.1

**Tabel 6. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.484	3.271		1.065	.290
	Suasana <i>Café</i> (X1)	.054	.058	.085	.929	.355
	Etika Pelayanan (X2)	.221	.073	.315	3.015	.003
	Kualitas Pelayanan (X3)	.292	.078	.375	3.728	.000

a. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 6 dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi variabel suasana café sebesar 0.355 yang artinya  $> 0.05$  maka H1a ditolak dan H10 diterima.
- 2) Kesimpulan: variabel suasana café tidak berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan.
- 3) Nilai signifikansi etika pelayanan sebesar 0.003 yang artinya  $< 0.05$  maka H2a diterima dan H20 ditolak.
- 4) Kesimpulan: variabel etika pelayanan berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan.
- 5) Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0.000 yang artinya  $< 0.05$  maka H3a diterima dan H30 ditolak.

Kesimpulan: variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Setelah diketahui hasil uji parsial (uji t) maka dilakukan uji simultan (uji f) Uji F adalah uji secara simultan untuk mengetahui apakah variabel X (price discount, pemberian gift, display product) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap impulse buying. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 7 :



**Tabel 7. Hasil Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	503.537	3	167.846	27.260	.000 <sup>b</sup>
	Residual	591.103	96	6.157		
	Total	1094.640	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Etika Pelayanan (X2), Suasana <i>Café</i> (X1)						

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan uji F pada Tabel 7 maka diperoleh signifikansi sebesar  $0.000 < \alpha 0.05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_{4a}$  diterima dan  $H_{40}$  ditolak karena variabel suasana *café* (X1), etika pelanan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Setelah diketahui hasil pengujian hipotesis simultan (uji f), maka dilakukan uji determinasi. Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Uji koefisien determinasi dilakukan dengan melihat nilai R Square apabila nilai R Square semakin tinggi, maka semakin baik model regresi dalam menjelaskan variabel dependennya. Hasil uji koefisiensi determinasi dapat dilihat pada Tabel 8:

**Tabel 8. Hasil Uji Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 <sup>a</sup>	.460	.443	2.481
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Etika Pelayanan (X2), Suasana <i>Café</i> (X2)				

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 8 hasil uji determinasi diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0.460 atau sama dengan 46.0% ( $0.460 \times 100$ ). Nilai tersebut mempunyai arti bahwa variabel suasana *café*, etika pelayanan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan pelanggan sebesar 46.0%. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X1, X2, dan X3 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y sebesar 46,0% sedangkan sisanya 54.0% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Suasana Café Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan uji t, variabel suasana café tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai sig. sebesar 0.355 yang artinya  $> 0.05$ , maka H1a ditolak dan H10 diterima. Dapat diketahui bahwa semakin nyamannya suasana café pada Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo Wlingi, maka dapat pula meningkatkan kepuasan pelanggan begitu pun sebaliknya, hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa suasana cafe tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di café tersebut terbilang rendah. ”. Tidak berpengaruhnya suasana cafe terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian ini dapat disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya yaitu karena tempatnya tidak berubah atau tetap sama dari cafe ini dibuka. Sehingga faktor ini yang mempengaruhi pelanggan lebih beralih ke jasa cuci mobilnya saja.

### **Pengaruh Etika Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan data yang telah diuji sebelumnya dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan yang terdapat dalam variabel etika pelayanan adalah valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel etika pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai sig. 0.003 yang artinya  $< 0.05$  maka H2a diterima dan H20 ditolak. Maka dari itu pelayanan di Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo Wlingi sangat memperhatikan etika pelayanannya terhadap pelanggan, agar pelanggan juga merasa aman dan nyaman di café tersebut sehingga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan kembali lagi.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan data yang telah diuji sebelumnya dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan yang terdapat dalam variabel kualitas pelayanan adalah valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.000 yang artinya  $< 0.05$  maka H3a diterima dan H30 ditolak. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Sesuai dengan teori yang digunakan mengenai variabel kualitas pelayanan oleh Nanincova (2019) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan uji t yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki ketertarikan pada variabel kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Suasana Café, Etika Pelayanan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan, diperoleh signifikansi sebesar  $0.000 < \alpha 0.05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H4a diterima dan H40 ditolak karena variabel suasana café (X1), etika pelayanan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hasil ini juga didukung berdasarkan uji determinan yang ada di Tabel 4.19. Hasil uji determinasi diketahui bahwa nilai R Square sebesar 46% yang berarti variabel independen suasana café, etika pelayanan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 54% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Suasana café tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan indikator pada variabel ini tidak sepenuhnya berpengaruh pada variabel kepuasan pelanggan, sehingga suasana café tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Indikator yang tidak berpengaruh pada variabel kepuasan pelanggan yaitu tempat parkir, hal ini karena tempat parkir di café tersebut menjadi satu dengan tempat parkir cucian mobil yang satu tempat dengan lokasi café tersebut.

- b) Etika pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan café tersebut menjunjung nilai-nilai etika pelayanan yang baik dan sesuai adab, sehingga etika pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan tersebut.
- c) Kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan juga memperhatikan bagaimana kualitas pelayanan di café tersebut, sehingga pemilik café juga mengutamakan kualitas terutama bagian pelayanannya agar pelanggan merasa puas.
- d) Suasana café, etika pelayanan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo Wlingi. Hal ini dikarenakan ketiga variabel itu saling berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan dan jika tindakan tersebut dilakukan oleh pelayannya akan mempunyai manfaat, sehingga pelanggan akan tetap melakukan pembelian di café tersebut.

## **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

- a) Bagi Perusahaan

Sebaiknya pemilik café memperhatikan temuan dari hasil penelitian ini, yaitu dengan memperhatikan dan fokus pada variabel-variabel yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan di Coffee Shop dan Bistro Cak Kreebo Wlingi antara lain yaitu, suasana café, etika pelayanan dan kualitas pelayanan. Hal ini berguna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tersebut agar tetap kembali untuk melakukan pembelian berulang.

- b) Bagi Peneliti

Begitu juga untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan variabel yang lainnya. Hal ini dikarenakan kontribusi variabel yang digunakan oleh peneliti hasilnya hanya sebesar 46%, sedangkan sisanya 54% kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh faktor lain. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambah

jumlah sampel dan menambah jangka waktu penelitian agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.

## **REFERENSI**

- Agustiawan, T. & Rahmat, M . 2021. Pengaruh Desain Cafe Untuk Menarik Para Pengunjung Terhadap Peningkatan Pengunjung Study Kasus Pada Cafe Rahayu & Resto di Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik*. Volume 3. No 1. Halaman 42.
- Aris, Mohamad. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Seblak Bandung Demak. Skripsi.
- Faradannisa, melina. 2022. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Zeito Kopi. Skripsi.
- Lestari, Fitri Eka. 2022. Pengaruh Higienitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Skripsi. Blitar: Universitas Islam Balitar.
- Mansandra, hayat. 2023. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Incim Alahan Panjang. *Jurnal Manajemen*. Volume 5. No. 1. Halaman 15-28.
- Matantu, Ret Ningsih. 2020. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity*. Volume 1. No. 4.
- Mukharomah, M & Santi, M. 2021. Etika Pelayanan Usaha Food Court Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Queen Resto Kelurahan Bago Tulungagung). *Jurnal Ekonomi Syariah*. Volume 08. No. 01 Halaman 41-66
- Musrifah, Nur. 2018. Pengaruh Etika Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Penguatan Tarif Transportasi Jasa Grab di Kota Makassar. Skripsi.
- Naninncova, Niken. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*. Volume. 7, No. 2.
- Pangestu, Lutfi Setyo. 2022. Pengaruh Shopping Lifesyle, Hedonic Shopping Motivation, dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying di MR. D.I.Y. Kota Blitar. Skripsi. Blitar: Universitas Islam Balitar
- Putri, Noni Adetiansi. 2022. Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi

Gelas Batu Kota Pinang. Jurnal Manajemen Akuntansi. Volume. 2. No. 2  
Halaman 132-143.

Rooroh, Clara A.M. 2020. Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal EMBA. Volume 8 No.4, Halaman 130-139.

Setiawan, Fery Budi. 2023. Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Basabasi Yogyakarta. Jurnal Manajemen dan Sains. Halaman 470 - 479

Sholihah, Isna Aminatus. 2020. Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Volume 8 No 1.