



Pengaruh Harga, Suasana, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nirwana Cafe

Salma Karamy

salmaaak24@gmail.com

Universitas Nasional

Ardi Mularsari

ardimularsari@gmail.com

Universitas Nasional

***Abstract,** This research aims to analyze the influence of price, atmosphere and service quality on Nirwana Cafe customer satisfaction. The sample used in this research used primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 100 respondents. The data analysis technique uses quantitative descriptive analysis. Based on the research results, it can be concluded that the price influence variable does not have a significant effect on customer satisfaction. The Atmosphere variable does not have a significant effect on Customer Satisfaction. The research results show that the Service Quality variable has a significant effect on Customer Satisfaction. The results of the Price Influence variable are 0.019%, the Atmosphere Variable is 0.014%, and the Customer Satisfaction Variable is 0.040% on Service Quality.*

***Keywords:** Influence of Price, Atmosphere, Service Quality.*

***Abstrak,** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Harga, Suasana, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nirwana Cafe. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. variabel Suasana tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Hasil penelitian menunjukkan menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.. Hasil variabel Pengaruh Harga 0.019%, Variabel Suasana 0,014% , dan Variabel Kepuasan Pelanggan 0,040% terhadap Kualitas Pelayanan.*

Kata kunci: Pengaruh Harga, Suasana, Kualitas Pelayanan.

LATAR BELAKANG

Pariwisata ialah kegiatan berwisata dengan tujuan hiburan, mencari kepuasan, memahami sesuatu, meningkatkan kesehatan, berolahraga atau beristirahat, menyelesaikan pekerjaan, pergi haji dan sejenisnya. Pariwisata merupakan elemen terpenting dalam pembangunan daerah. Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan peluang usaha yang menguntungkan dan mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan secara nasional, dan global sehingga pembangunan kepariwisataan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan nasional (Koen Meyers dalam Araffa, 2020).

Sektor dengan minat pasar paling besar di Indonesia bahkan dunia adalah bisnis makanan dan minuman, atau F&B. Namun, karena pasar menjadi lebih tertarik, ada juga lebih banyak saingan di sektor ini. Karena setiap orang adalah unik, setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan dan serangkaian kualitas yang berbeda. Ini memengaruhi perasaan orang tentang memilih produk mana yang akan dibeli.

Industri F&B merupakan bisnis yang menarik dan menantang karena banyak sekali trend yang berkembang dalam industry F&B ini, salah satunya adalah Café. Menurut (Maulidi dalam A. Alfatiha, dan A. Budiarmo, 2020) , pengertian Kafe (Café) adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Café

termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan sedikit alunan musik.

Harapan konsumen dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, rekomendasi dari keluarga dan teman, serta pernyataan dan rincian dari bisnis dan pemasar saingan. Kepuasan pelanggan menghasilkan loyalitas pelanggan yang diperluas, sensitivitas harga berkurang, dan peringkat positif bagi perusahaan. Menurut (Sangadji dalam Sambodo Rio Sasongko, 2021) menjelaskan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara persepsi pelanggan tentang tingkat kinerja suatu produk dan layanan aktual atau praktis yang mereka terima, sambil mempertahankan standar kinerja yang konstan.”

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Sederhananya, penetapan harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang (moneter) dan atau faktor non-moneter lainnya yang memiliki tujuan atau utilitas tertentu yang harus dipenuhi untuk menerima layanan. Kualitas atau komponen yang dapat memenuhi persyaratan dan aspirasi tertentu disebut kegunaan (Tjiptono dalam Lorensa, 2022). (Zeithaml dalam Lorensa, 2022) berpendapat bahwa dari sudut pandang pelanggan, harga adalah sesuatu yang diberikan atau dikorbankan untuk memperoleh suatu produk. Dalam penetapan harga, strategi penetapan harga diartikan sebagai salah satu isi strategi pemasaran yang mengarah pada upaya membangun citra harga, daya saing harga, citra kualitas, dan nilai pelanggan (Ferdinand A., dalam Lorensa, 2022). Menurut (Kotler dan Armstrong dalam Farisi, 2020), harga adalah sejumlah uang yang harus dikorbankan untuk suatu produk atau jasa, nilai yang ditukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut (Kotler dan Armstrong dalam Suhardi, 2022) menjelaskan bahwa ada empat ukuran yang menjadi ciri harga, yaitu: keterjangkauan harga, relevansi.

Suasana

Menurut (Kotler dan Amstrong dalam Jahroni, 2021), menyatakan bahwa “Suasana Café adalah elemen penting lainnya dalam produk reseller. Peritel ingin menciptakan pengalaman Café yang unik, yang sesuai dengan target pasar dan memindahkan pelanggan untuk membeli”. Sedangkan menurut Berman dan Evan yang dialih bahasakan Lina Salim dalam (Jahroni 2021) menyatakan bahwa “suasana Café meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal Café, kenyamanan, udara, pelayanan, musik, seragam, pajangan barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi pelanggan dan membangkitkan keinginan untuk membeli”.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Lewis dan Booms dalam Risatul, 2019), kualitas pelayanan secara sederhana diartikan sebagai ukuran kemampuan tingkat pelayanan yang diberikan dalam memenuhi harapan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan suatu Café atau organisasi tertentu dalam memuaskan permintaan sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/tamu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dengan melakukan survei data dengan memberi responden angket atau kuesioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah: Data primer adalah data yang diambil langsung oleh peneliti langsung dari sumber utamanya. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah pelanggan yang mengunjungi Nirwana Cafe, Data sekunder yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Dan Uji Reabilitas

Hasil validitas diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 98 responden awal dengan tujuan untuk menilai kevalidan setiap item dalam tiap pernyataan. Berdasarkan hasil uji validitas, semua item pernyataan dari setiap variabel memiliki nilai (Rhitung) yang lebih besar dari nilai Rtabel (0,196), menandakan kevalidan item pernyataan tersebut, sehingga dapat dijadikan sebagai instrumen untuk mengukur pengaruh Korean Wave dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian. Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha dari setiap variabel melebihi 0,933, menegaskan kehandalan item pernyataan sebagai instrumen pengukuran yang dapat dipercaya.

Karakteristik Responden

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa dalam data demografis menunjukkan hasil jenis kelamin lebih di dominasi pada perempuan sebesar (60%) sedangkan laki-laki (40%). Hasil usia di dominasi oleh usia remaja usia 21-25 tahun yaitu sebanyak (50%). Hasil pendidikan menunjukkan dominasi oleh D3/S1 (61%). Hasil pekerjaan menunjukkan rata rata responden di dominasi oleh pegawai swasta sebanyak (54%) .

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan regresi linear berganda mengungkapkan apakah terdapat atau tidaknya pengaruh dari variabel pengaruh harga, suasana, dan kualitas pelayanan secara terpisah terhadap variabel kepuasan pelanggan. Persamaan regresi yang digunakan dalam analisis ini adalah sebagai berikut: Nilai Koefisien Harga sebesar 0.187 maka mengindikasikan bahwa peningkatan harga dalam satuan angka akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0.187% dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai koefisien suasana sebesar 0.145 maka mengindikasikan bahwa peningkatan suasana dalam satu satuan angka akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0.145% dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0.395 maka dapat mengindikasikan bahwa peningkatan suasana dalam satuan angka akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0.395% dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Telah diuji dengan nilai t-hitung sebesar 1,961. Karena nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel (1,988), maka hipotesis pertama H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Pengaruh Harga (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan variabel Suasana (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Telah diuji dengan nilai t-hitung sebesar 1,771. Karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel (1,988), maka hipotesis kedua H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Suasana (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dan variabel Kualitas Pelayanan (X_3) telah diuji dengan nilai t-hitung sebesar 7,166. Karena nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel (19888), maka hipotesis ketiga diterima yang berarti ada pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif deskriptif, berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul "Pengaruh Harga, Suasana, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nirwana Cafe". Berdasarkan analisis data yang telah dikumpulkan dan melakukan pengujian yang dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil yang terdapat pada penelitian, memperlihatkan bahwa variabel Pengaruh Harga (X_1) yaitu tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Nirwana *Café*.
- b. Berdasarkan hasil yang terdapat pada penelitian, memperlihatkan bahwa variabel Suasana (X_2) yaitu tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Nirwana *Café*.
- c. Berdasarkan hasil yang terdapat pada penelitian, memperlihatkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_3) yaitu berpengaruh signifikan pada Kepuasan Pelanggan Nirwana *Café*.
- d. Berdasarkan hasil yang terdapat pada penelitian memperlihatkan bahwa, variabel Pengaruh Harga (X_1), variabel Suasana (X_2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Nirwana *Café* yang artinya apabila harga produk dan perubahan suasana meningkat ataupun tidak, pelanggan akan tetap merasa puas. Variabel Kualitas Pelayanan memperlihatkan bahwa berpengaruh signifikan Artinya apabila ada perubahan suasana kafe maupun tidak, pelanggan akan merasa puas.

DAFTAR REFERENSI

- Alkafhi, G., Dewi, L., & Maranisya, U. (2022). The Influence Of Guest Stars, Prices, And Event Marketing On The Decision Of Tourists Visiting The Allobank Festival. *International Journal Of Economics, Management, Business, And Social Science (Ijembis)*, 2(2), 306-314.
- A. Alfatiha, and A. Budiarmo, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Du Cafe Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 4, pp. 522-529, Nov. 2020.
- Arif, Donny, and Ratna Ekasari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Ecopreneur*. 12 3.2 (2021): 139-146.
- Mularsari, Ardi, and Selena Aura Prameswari. "The Influence of Motivation and Work Environment on Employee Performance in Food and Beverage Service Hotel Grammelia Jakarta." *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities* 6.3 (2023): 1097-1109.
- Mularsari, Ardi. "Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Rooseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era." *Turn Journal* 2.1 (2022): 17-30.
- Pradini, Gagih, and Frita Pratami. "DAMPAK BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER DI OMA KOPI DEPOK." *Journal of Syntax Literate* 7.3 (2022).
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.