

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Cafe dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi

The Effect of Service Quality, Cafe Atmosphere, and Price on Customer Satisfaction at Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi

Media Wenina Br Sitepu & Muhammad Yamin Siregar

Prodi Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang berkunjung pada periode Januari sampai April 2025 sebanyak 4.915 pelanggan. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 98 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria pelanggan yang pernah berkunjung lebih dari satu kali. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25 melalui uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Nilai Adjusted R Square sebesar 63,3% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Suasana Café; Harga; Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality, cafe atmosphere, and price on customer satisfaction at Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi, both partially and simultaneously. This study used a quantitative method with an associative approach. The population consisted of all customers who visited the cafe from January to April 2025, totaling 4,915 customers. The sample was determined using the Slovin formula with a 10% margin of error, resulting in 98 respondents. The sampling technique used was purposive sampling, with the criterion that respondents had visited the cafe more than once. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS version 25 through classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that service quality, cafe atmosphere, and price have a positive and significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously. The Adjusted R Square value of 63.3% indicates that the three variables explain the variation in customer satisfaction.

Keywords: Service Quality; Cafe Atmosphere; Price; Customer Satisfaction.

How to Cite: Sitepu, M.W.B., & Siregar, M.Y. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Cafe dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 7(1): 1-10

*E-mail: weninamedia@gmail.com

ISSN 2774-3004 (Online)



PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan dan minuman, khususnya cafe, menunjukkan persaingan yang semakin ketat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap ruang konsumsi yang tidak hanya menyediakan produk, tetapi juga pengalaman. Cafe saat ini tidak lagi hanya dipandang sebagai tempat membeli makanan dan minuman, melainkan juga sebagai ruang bersantai, berkumpul, bekerja, serta membangun interaksi sosial (Pratiwi, 2026; Rizqiadni et al., 2025). Perubahan gaya hidup tersebut menuntut pelaku usaha cafe untuk mampu memberikan pelayanan yang baik, menciptakan suasana yang nyaman, serta menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang diterima pelanggan. Dalam konteks manajemen pemasaran jasa, ketiga aspek tersebut menjadi faktor penting karena dapat memengaruhi persepsi, pengalaman, dan tingkat kepuasan pelanggan (Isnaeni, 2025; Sihombing et al., 2022).

Kepuasan pelanggan merupakan respons evaluatif yang muncul setelah pelanggan membandingkan harapan sebelum pembelian dengan kinerja produk atau jasa yang diterima. Pelanggan akan merasa puas apabila layanan, suasana, dan harga yang diterima sesuai atau melebihi harapannya. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman dapat menimbulkan keluhan, kekecewaan, serta menurunkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan diukur melalui kesesuaian layanan dengan harapan pelanggan, niat untuk berkunjung kembali, serta kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan cafe kepada orang lain (Ahyani, 2022; Dwi Putri et al., 2020).

Salah satu faktor yang berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat, cepat, ramah, dan dapat dipercaya. Dalam industri cafe, kualitas pelayanan dapat terlihat dari kecepatan karyawan dalam melayani pesanan, keramahan dalam berinteraksi, ketepatan penyajian, kemampuan menangani keluhan, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dioperasionalkan melalui indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan, maka pengalaman pelanggan akan menjadi lebih positif dan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2022; Mariansyah & Syarif, 2020).

Selain kualitas pelayanan, suasana cafe juga menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Suasana cafe mencakup kondisi fisik dan lingkungan yang dirasakan pelanggan selama berada di tempat tersebut, seperti desain interior, tata letak ruangan, kebersihan, kenyamanan tempat duduk, pencahayaan, sirkulasi udara, tampilan eksterior, serta elemen visual yang mendukung pengalaman berkunjung. Suasana yang nyaman dapat membuat pelanggan merasa betah, menikmati waktu kunjungan, dan memiliki kesan positif terhadap cafe. Dalam penelitian ini, suasana cafe diukur melalui indikator eksterior, general interior, store layout, dan interior display (Angela & Siregar, 2021; Makarueh et al., 2022)

Faktor berikutnya adalah harga. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Dalam perspektif pelanggan, harga tidak hanya dinilai dari murah atau mahalnya suatu produk, tetapi juga dari kesesuaiannya dengan kualitas, manfaat, pelayanan, dan pengalaman yang diterima. Harga yang dianggap wajar dan sebanding dengan manfaat akan mendorong pelanggan merasa puas. Sebaliknya, harga yang dinilai tidak sesuai dengan kualitas produk maupun pelayanan dapat menimbulkan persepsi negatif. Dalam penelitian ini, harga diukur melalui keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, daya saing harga, serta pengaruh harga terhadap keputusan pelanggan (Kotler & Keller, 2016; Erina et al., 2022; Tondang et al., 2023).

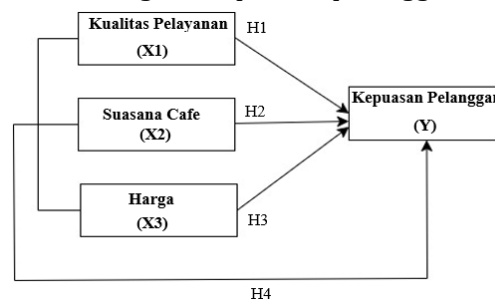
Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi merupakan salah satu cafe yang memiliki potensi karena berada di kawasan wisata Berastagi yang dikenal dengan suasana alam dan daya tarik kunjungan wisatawan. Namun, berdasarkan observasi lapangan dan ulasan pelanggan, masih ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Beberapa keluhan pelanggan berkaitan dengan pelayanan yang dinilai lambat, suasana cafe yang belum sepenuhnya memberikan kenyamanan, serta harga yang dianggap belum sebanding dengan kualitas produk dan pelayanan yang diterima. Kondisi tersebut menjadi penting untuk diteliti karena kepuasan

pelanggan berpengaruh terhadap kunjungan ulang, loyalitas, dan kesediaan pelanggan dalam merekomendasikan cafe kepada orang lain.

Kajian terhadap penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga pada umumnya memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Febrianto & Siahaan, 2024; Meyliana & Santosa, 2022; Yohanes Nautu et al., 2023). Namun, terdapat pula penelitian yang menunjukkan hasil berbeda, yaitu adanya variabel tertentu yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Akbar et al., 2024; Diana Natalia Mumu, 2021). Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap, sehingga perlu dilakukan pengujian kembali pada objek dan konteks yang berbeda, yaitu Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi.

Dari uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian manajemen pemasaran, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha cafe. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak pengelola Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi dalam meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki suasana cafe, serta menetapkan strategi harga yang lebih sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini digambarkan melalui kerangka konsep penelitian yang menempatkan kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

Dilihat dari kerangka konsep tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut. H1: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi. H2: suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi. H3: harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi. H4: kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi Sugiono (2018). Penelitian ini dilaksanakan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi dengan populasi seluruh pelanggan yang berkunjung pada periode Januari sampai April 2025. Berdasarkan data kunjungan pelanggan pada periode tersebut, jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 4.915 pelanggan.

Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi diketahui secara pasti. Tingkat kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10%. Rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N(e)^2)$$

Berdasarkan rumus tersebut, dengan jumlah populasi sebanyak 4.915 pelanggan dan tingkat kesalahan sebesar 10%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian Saipuloh (2023). Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi yang pernah melakukan kunjungan lebih dari satu kali, sehingga responden dinilai memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan, suasana cafe, harga, dan kepuasan pelanggan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Variabel kualitas pelayanan diukur melalui indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Variabel suasana cafe diukur melalui indikator eksterior, general interior, store layout, dan interior display. Variabel harga diukur melalui indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, daya saing harga, serta pengaruh harga terhadap keputusan pelanggan. Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan diukur melalui indikator kesesuaian layanan dengan harapan pelanggan, niat untuk berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.

Sebelum data dianalisis, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, data dianalisis dengan bantuan program SPSS versi 25. Tahapan analisis data meliputi uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi normal. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antarvariabel independen. Sementara itu, uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual dalam model regresi.

Teknik analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

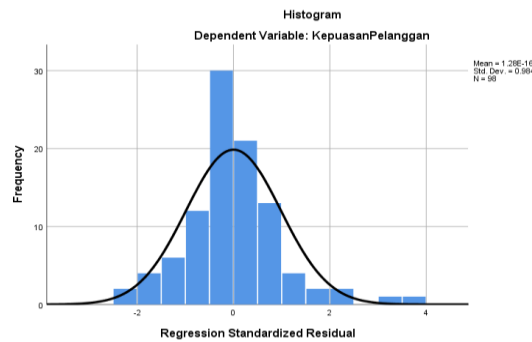
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan dari persamaan tersebut adalah Y sebagai kepuasan pelanggan, a sebagai konstanta, b_1 , b_2 , dan b_3 sebagai koefisien regresi, X_1 sebagai kualitas pelayanan, X_2 sebagai suasana cafe, X_3 sebagai harga, dan e sebagai error. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dan uji F. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Ghozali 2018 / PDF, n.d.). Selain itu, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga dalam menjelaskan variasi perubahan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik

Pengujian data dalam penelitian ini diawali dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear berganda yang digunakan memenuhi syarat analisis. Berdasarkan tampilan histogram pada Gambar 2, pola data menunjukkan bentuk kurva yang mendekati normal. Hasil ini diperkuat dengan uji Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 1 yang menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,060. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 2. Histogram Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	164.025.108
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.062
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction

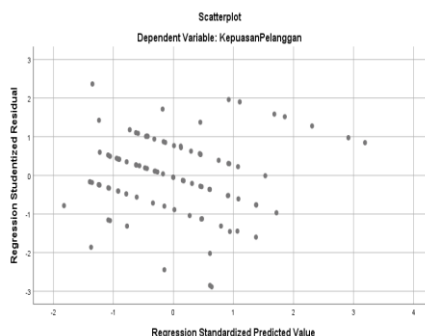
Selanjutnya, hasil uji multikolinearitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai tolerance sebesar 0,407 dan VIF sebesar 2,456. Variabel suasana cafe memiliki nilai tolerance sebesar 0,335 dan VIF sebesar 2,988. Sementara itu, variabel harga memiliki nilai tolerance sebesar 0,490 dan VIF sebesar 2,041. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antarvariabel independen dalam model penelitian ini.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistic VIF
		B	Std. Error	Beta	t				
1	(Constant)	3.615	1.594			2.268	.026		
	Kualitas Pelayanan	.264	.056	.437	4.737	.000		.407	2.456
	Suasana Cafe	.162	.071	.232	2.282	.025		.335	2.988
	Harga	.123	.042	.246	2.925	.004		.490	2.041

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil uji heteroskedastisitas pada Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik pada scatterplot menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik juga tersebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas, sehingga model layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda.



Gambar 3. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Setelah model dinyatakan memenuhi uji asumsi klasik, analisis dilanjutkan dengan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,615 + 0,264X_1 + 0,162X_2 + 0,123X_3 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3,615. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,264 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,264 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi suasana cafe sebesar 0,162 menunjukkan bahwa apabila suasana cafe meningkat satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,162 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Selanjutnya, koefisien regresi harga sebesar 0,123 menunjukkan bahwa apabila persepsi pelanggan terhadap harga meningkat satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,123 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Seluruh koefisien bernilai positif, sehingga kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga memiliki arah pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Coefficients						
Model		Unstandardized B	Standardized Coefficients Beta	Standardiz		
				Std. Error	t	Sig.
1	(Constant)	3.615		1.594	2.268	.026
	Kualitas Pelayanan	.264	.437	.056	4.737	.000
	Suasana Cafe	.162	.232	.071	2.282	.025
	Harga	.123	.246	.042	2.925	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji parsial pada Tabel 4 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai thitung sebesar 4,737 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel suasana cafe memiliki nilai thitung sebesar 2,282 dengan nilai signifikansi 0,025. Nilai tersebut juga lebih kecil dari 0,05, sehingga suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, variabel harga memiliki nilai thitung sebesar 2,925 dengan nilai signifikansi 0,004. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, ketiga variabel independen dalam penelitian ini secara parsial terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi.

Tabel 4. Uji Parsial

Coefficients			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standardiz Coefficients

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.615	1.594		2.268	.026
	Kualitas Pelayanan	.264	.056	.437	4.737	.000
	Suasana Cafe	.162	.071	.232	2.282	.025
	Harga	.123	.042	.246	2.925	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil uji simultan pada Tabel 5 menunjukkan nilai Fhitung sebesar 64,743 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi.

Tabel 5. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	539.233	3	179.744	64.743	.000 ^b
	Residual	260.971	94	2.776		
	Total	800.204	97			

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan
 b. Predictors : (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Suasana Cafe

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 6, diperoleh nilai R Square sebesar 0,674 dan Adjusted R Square sebesar 0,633. Nilai R Square sebesar 0,674 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 67,4%. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,633 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan jumlah sampel, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 63,3%. Sisanya sebesar 36,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti kualitas produk, promosi, lokasi, citra merek, kepercayaan pelanggan, atau faktor individual pelanggan.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.821 ^a	.674	.633	1.666	

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Suasana Cafe
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Cafe, dan Harga secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi. Hal ini dibuktikan melalui nilai thitung sebesar 4,737 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam konteks cafe berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, tanggap, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai, sehingga pengalaman berkunjung menjadi lebih positif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Febrianto & Siahaan (2024) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan Kobain Coffee", yang

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, suasana cafe juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji parsial menunjukkan nilai thitung sebesar 2,282 dengan nilai signifikansi 0,025 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa suasana cafe menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk kenyamanan dan kepuasan pelanggan selama berada di Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi. Suasana cafe dapat dilihat dari kondisi lingkungan fisik, tata ruang, kebersihan, kenyamanan tempat duduk, tampilan interior, pencahayaan, serta suasana alam sekitar yang mendukung pengalaman pelanggan. Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi memiliki potensi suasana yang kuat karena berada di kawasan Berastagi yang dikenal dengan udara sejuk dan pemandangan alam. Apabila potensi tersebut didukung dengan penataan ruang yang rapi, kebersihan yang terjaga, serta kenyamanan area duduk, maka pelanggan akan lebih betah dan memiliki kesan positif terhadap cafe. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Meyliana & Santosa, 2022) yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Cafe terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Haya Coffee)", yang menunjukkan bahwa suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel harga juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji parsial, diperoleh nilai thitung sebesar 2,925 dengan nilai signifikansi 0,004 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap harga memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan. Harga tidak hanya dinilai dari murah atau mahalnya produk, tetapi juga dari kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas produk, pelayanan, fasilitas, dan pengalaman yang diperoleh pelanggan. Apabila pelanggan merasa bahwa harga yang ditetapkan sebanding dengan manfaat yang diterima, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, apabila harga dinilai tidak sesuai dengan kualitas dan pengalaman yang diterima, maka pelanggan dapat merasa kurang puas. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Al-May Farhan Alwi, 2023) yang berjudul "Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Menantea Cafe Telukjambe, Karawang", yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan ketiga hasil pengujian tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga sama-sama memiliki peran dalam membentuk kepuasan pelanggan secara parsial. Kualitas pelayanan memberikan pengalaman langsung melalui interaksi antara karyawan dan pelanggan, suasana cafe memberikan kenyamanan selama pelanggan berada di lokasi, sedangkan harga membentuk persepsi nilai terhadap manfaat yang diterima. Dengan demikian, pengelola Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi perlu memperhatikan ketiga aspek tersebut secara berkelanjutan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Cafe, dan Harga secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai Fhitung sebesar 64,743 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dibentuk oleh satu faktor, tetapi oleh kombinasi dari beberapa aspek yang saling berkaitan. Kualitas pelayanan memberikan pengalaman langsung kepada pelanggan melalui interaksi dengan karyawan, kecepatan pelayanan, ketepatan penyajian, dan kemampuan menangani kebutuhan pelanggan. Suasana cafe memberikan pengaruh melalui kenyamanan lingkungan fisik, tata ruang, kebersihan, tampilan interior, serta suasana alam sekitar yang mendukung pengalaman berkunjung. Sementara itu, harga membentuk persepsi nilai pelanggan terhadap kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan kualitas produk, pelayanan, fasilitas, dan pengalaman yang diterima.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, nilai R Square sebesar 0,674 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 67,4%. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,633 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan jumlah sampel, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 63,3%. Dengan demikian, masih terdapat 36,7% variasi kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti kualitas produk, promosi, lokasi, citra merek, kepercayaan pelanggan, fasilitas, maupun faktor individual pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan pandangan Tjiptono dan Diana dalam buku *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan* yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman yang diterima pelanggan. Dalam konteks Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi, pengalaman pelanggan tidak hanya ditentukan oleh pelayanan yang diberikan, tetapi juga oleh kenyamanan suasana cafe dan kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan. Oleh sebab itu, peningkatan kepuasan pelanggan perlu dilakukan secara terpadu, bukan hanya dengan memperbaiki satu aspek tertentu.

Secara manajerial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi perlu menjaga keseimbangan antara kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga. Perbaikan pelayanan tanpa didukung suasana yang nyaman dan harga yang sesuai belum tentu menghasilkan kepuasan pelanggan yang optimal. Begitu pula sebaliknya, suasana cafe yang menarik dan harga yang kompetitif perlu diimbangi dengan pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif. Dengan memperhatikan ketiga aspek tersebut secara bersamaan, Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong kunjungan ulang, dan memperkuat citra positif cafe di mata pelanggan.

SIMPULAN

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa model regresi linear berganda dalam penelitian ini telah memenuhi uji asumsi klasik. Data berdistribusi normal, tidak terdapat gejala multikolinearitas, dan tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Persamaan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga memiliki arah pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa peningkatan pada kualitas pelayanan, suasana cafe, dan persepsi harga cenderung diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi.

Secara parsial, kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan karena pelayanan yang cepat, ramah, tanggap, dan sesuai kebutuhan pelanggan dapat menciptakan pengalaman berkunjung yang lebih positif. Suasana cafe juga berpengaruh karena kenyamanan lingkungan, kebersihan, tata ruang, tampilan interior, dan suasana alam sekitar dapat membuat pelanggan merasa betah. Sementara itu, harga berpengaruh terhadap kepuasan karena pelanggan menilai kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas produk, pelayanan, fasilitas, dan manfaat yang diterima.

Secara simultan, kualitas pelayanan, suasana cafe, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 63,3%, sedangkan sisanya sebesar 36,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti kualitas produk, promosi, lokasi, citra merek, fasilitas, kepercayaan pelanggan, dan faktor individual pelanggan. Oleh karena itu, pengelola Villa Ganding Sarune Cafe Berastagi perlu meningkatkan kepuasan pelanggan secara terpadu melalui perbaikan pelayanan, penguatan suasana cafe yang nyaman, serta penetapan harga yang sesuai dengan nilai dan manfaat yang diterima pelanggan.

REFERENSI

Ahyani. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapurama Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection*, 5(3), 2615–3009.

- Akbar, M. A., Iswanto, A., & Hijuzaman, O. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM) AMOS pada Cafe Djajan Coffee Purwakarta. *Jurnal Economia*, 3(9). <https://doi.org/10.55681/economina.v3i9.1474>
- Angela, Z., & Siregar, O. M. (2021). *Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Store Atmosphere Terhadap Tingkat Kunjungan Konsumen Pada Cafe Taman Selfie Binjai*. 1(1), 417–433. <https://jurnal.usahid solo.ac.id/index.php/SENRIABDI>
- Diana Natalia Mumu, W. J. F. A. T. J. G. P. (2021). *Pengaruh Keberagaman Menu, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado*.
- Dwi Putri, S., Arifiansyah, R., STEIN Jakarta, M., & STEIN Jakarta, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Auto Service Cempaka Baru*. 27(1).
- Erina, A., Eddy, Diana, A., Nendy, P. A., & Yusi, F. O. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)* (B. Ahmad, Ed.). Seval Literindo Kreasi.
- Febrianto, D., & Siahaan, S. L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan Kobain Coffee. *Panorama Nusantara*, 19(2), 2024. <http://ejournal.stein.ac.id/index.php/panorama>
- Ghozali 2018 / PDF. (n.d.). Retrieved June 26, 2026, from <https://www.scribd.com/document/653374381/Ghozali-2018>
- Isnaeni, D. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Cafe, Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Teman Hati*.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu*. 3(2). www.investor.iddi
- Meyliana, D., & Santosa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Haye Coffee). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Pratiwi, A. P. (2026). *Pengaruh Product Variation dan Café Atmosphere Terhadap Revisit intention dengan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening pada Belikopi Kebumen - Eprints*. <https://eprints.universitaspurtrabangsa.ac.id/id/eprint/8827/>
- Rizqiadni, Z. F., Hadiati, H., & Firmansyah, M. (2025). Collega Coffee dan Konstruksi Identitas Sosial Konsumen Perempuan. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 762–776.
- Saipuloh, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(9).
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26–33.
- Sugiono. Prof. Dr. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan H&R*. In book. CV Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Andi Yogyakarta.
- Yohanes Nautu, P., Budi Widajanto, M., Bisnis Prodi, F. S., & Institut Kesehatan dan Bisnis Surabaya, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bojong Koneng Bersatu (Bober Cafe) Di Surabaya*. 7(2).