



Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Soehendar Coffee Kota Bima

Fahad Pramadani Putra¹, Ita Purnama², Sri Ernawati³

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima^{1,2,3}

*Email:

fahadpramadaniputra.stiebima20@gmail.com , purnamaita.stiebima@gmail.com ,
sriernawati.stiebima@gmail.com .

Diterima: 25-08-2025 | Disetujui: 03-09-2025 | Diterbitkan: 05-09-2025

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of cafe atmosphere and service quality on customer satisfaction at Soehendar Coffee, as measured by partial (t-test) and simultaneous (F-test) tests. The population in this study was all consumers who have purchased from Soehendar Coffee. The sampling technique used a purposive sampling method with a sample size of 96 people. The results of the study indicate that: 1). Cafe atmosphere does not significantly influence customer satisfaction at Soehendar Coffee in Bima City. 2). Service quality significantly influences customer satisfaction at Soehendar Coffee in Bima City. 3). Cafe atmosphere and service quality significantly influence customer satisfaction at Soehendar Coffee in Bima City.

Keywords: Cafe Atmosphere, Service Quality, Soehendar Coffee, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Soehendar Coffee, yang diukur dengan uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F), Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli pada Soehendar Coffee. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1). Suasana Cafe tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Soehendar Coffee Kota Bima. 2). Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Soehendar Coffee Kota Bima. 3). Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Soehendar Coffee Kota Bima.

Kata Kunci: Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, Soehendar Coffee, Kepuasan Pelanggan.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Fahad Pramadani Putra, Ita Purnama, & Sri Ernawati. (2025). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Soehendar Coffee Kota Bima. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(3), 1397-1409. <https://doi.org/10.63822/cxzd118>

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang pesat menuntut setiap usaha untuk mampu bersaing dalam memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang tepat dengan memahami target pasar, kebutuhan, dan keinginan pelanggan, serta kemampuan untuk melihat peluang pasar dengan jeli, (Sofyan Assauri, 2021). Di Indonesia, sedang tren gaya hidup yang terus berkembang, didorong oleh kebutuhan akan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Hal ini mendorong munculnya banyak bisnis kuliner berupa cafe dan resto yang menawarkan konsep serupa, sehingga pemilik cafe dituntut untuk lebih spesifik dalam memahami pasar sasaran mereka, (Isna Aminatus Sholihah, 2020). Dengan menciptakan suasana cafe yang menarik serta didukung layanan berkualitas, pelaku bisnis memiliki peluang untuk menarik minat pelanggan, menciptakan kepuasan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pembelian berulang atau bahkan menjadikan mereka pelanggan tetap.

Kepuasan pelanggan menjadi hal utama dalam pembelian ulang pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang pelanggan, dimana hasilnya sesuai dengan harapan pelanggan tersebut. (Arianto & Kurniawan, 2021), kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif pelanggan yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk sehingga memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penyedia jasa, (Irnandha, 2016).

Menurut Wibowo dalam Bimo Ergo (2022) Strategi pemasaran Marketing mix adalah salah satu strategi. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah suasana cafe, salah satu cafe yang akan menjadi objek penelitian ini adalah *Soehendar Coffee*. *Soehendar Coffee* merupakan cafe yang menawarkan beberapa menu kekinian yang sedang *viral* beberapa tahun terakhir ini. *Soehendar Coffee* mengusung tema klasik dengan beberapa sentuhan *furniture* kayu dalam penataan suasana kafanya dengan di tambah nuansa asri perpaduan klasik *modern* cafe saat ini merupakan trend gaya hidup bagi kaum milenial. Cafe di anggap sebagai tempat makan atau sebatas minum yang mampu menghadirkan suasana santai yang dibutuhkan. Cafe dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk bersantai bersama teman atau keluarga, bersosialisasi dengan rekan bisnis dan bahkan ada juga yang datang untuk menikmati suasana kesendirian, (Sihombing M. ,2022). Apabila dibandingkan dengan cafe lain yang ada di Kota Bima, *Soehendar Coffee* ini memiliki kelebihan dengan berkolaborasi bersama *Photobooth* dan sering diadakan event-event menarik seperti pertandingan Game Mobile Legends dan Pubg, dan tempat dijadikan event-event kopdar komunitas motor dan grab sedangkan cafe-cafe lain kurang mampu mengadakan tema yang menarik sesering itu.

Faktor selanjutnya yang dapat pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Sudarso dalam jurnal, (Rozi & Khuzaini, 2021), Kualitas pelayanan adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan menyebabkan kepemilikan sesuatu. Dengan ini Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang

lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik menurut (Tjiptono, 2023).

Salah satu cafe di Kota Bima yaitu, *Soehendar Coffee* merupakan cafe yang berdiri pada 1 September 2017. Pemiliknya seorang pecinta alam dan kopi Bernama Nur Hidayatullah, yang ingin menghidupkan kembali nuansa alam dengan tetap mengadopsi kenyamanan *modern*. Cafe yang bertemakan klasik yang menyajikan menu-menu yang sangat di gemari kaum milenial sekarang seperti minuman kopi, coklat, *Red velvet*, *matcha*, kentang goreng, dan lain-lain yang merupakan menu andalan dari cafe ini.

Hasil observasi yang dilakukan di *Soehendar Coffee* Kota Bima, terdapat masalah terkait lahan parkir yang sempit dan menggunakan bahu jalan, terutama saat jumlah pengunjung cafe yang meningkat, selain itu pilihan menu pada makanan dan minuman kurang bervariasi dan masalah pada beberapa menu yang tidak tersedia, sehingga membuat pelanggan merasa tidak puas dan kurang tertarik untuk datang Kembali, disisi lain terdapat kerusakan pada bangunan kayunya sehingga berdampak pada estetika dan kenyamanan cafe, sehingga suasana yang diharapkan tidak dapat dirasakan secara optimal oleh pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kota bima yang sudah pernah berkunjung di *Soehendar Coffee* Kota Bima, dan mengambil jenis penelitian Asosiatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian Asosiatif dengan mengambil instrument penelitian berupa kuesioner skala likert.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh Masyarakat yang pernah berkunjung di *Cafe Soehendar Coffee* Kota Bima yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya (*Unknown Population*). Menurut Sugiyono (2020), Salah satu rumus yang paling umum (dikenal) dan digunakan adalah rumus atau formula menurut Wibisono (2012). Adapun cara penentuan sampel menurut wibisono (2012) sebagai berikut.

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2\sigma}}{e} \right]^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z α = Ukuran tingkat kepercayaan dengan

α = 0,05 (tingkat kepercayaan 95%, sehingga nilai **Z = 1,96**)

σ = Standar deviasi

e = Standar error atau kesalahan yang dapat ditoleransi (5% = **0,05**)

$$n = \left[\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right]^2$$
$$n = 96,04$$

Berdasarkan uraian rumus di atas, maka sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 96 orang pelanggan yang pernah membeli di *Soehendar Coffee* Kota Bima, dengan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah metode di mana responden

diambil berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, selama orang tersebut cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2016:85)

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan komputer menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciens*), dengan tujuan mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan mempermudah dalam melakukan pengelolaan data sehingga data dapat diperoleh dengan cepat dan tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Ket
Suasana Cafe(X1)	1	0.552	0.300	Valid
	2	0.561	0.300	Valid
	3	0.669	0.300	Valid
	4	0.685	0.300	Valid
	5	0.621	0.300	Valid
	6	0.645	0.300	Valid
	7	0.603	0.300	Valid
	8	0.704	0.300	Valid
Kualitas Pelayanan(X2)	1	0.615	0.300	Valid
	2	0.606	0.300	Valid
	3	0.545	0.300	Valid
	4	0.634	0.300	Valid
	5	0.662	0.300	Valid
	6	0.708	0.300	Valid
	7	0.668	0.300	Valid
	8	0.438	0.300	Valid
	9	0.695	0.300	Valid
	10	0.552	0.300	Valid
Kepuasan Pelanggan(Y)	1	0.579	0.300	Valid
	2	0.664	0.300	Valid
	3	0.586	0.300	Valid
	4	0.665	0.300	Valid
	5	0.524	0.300	Valid
	6	0.734	0.300	Valid
	7	0.657	0.300	Valid
	8	0.729	0.300	Valid

	9	0.724	0.300	Valid
--	---	-------	-------	-------

Tabel 1 di atas, hasil pengujian validitas terhadap setiap butir pernyataan instrumen penelitian pada variabel Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan dapat dikatakan semua item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid karena berada diatas standar validitas yaitu lebih dari 0.300

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

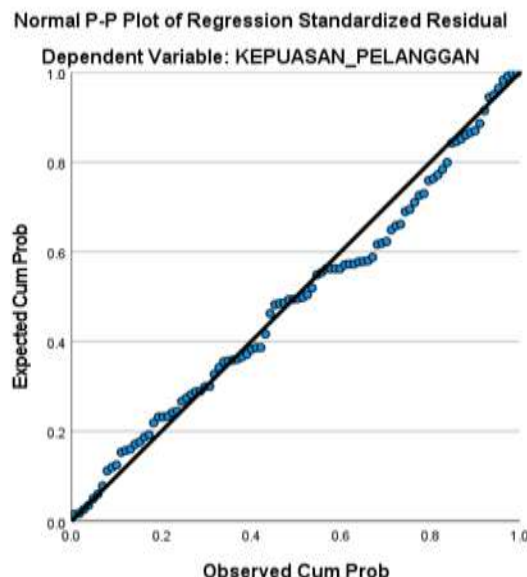
Variabel	Jumlah item	Cronbach's	Standar	Ket
Suasana Café	8	0.778	0.600	Reliabel
Kualitas Pelayanan	10	0.813	0.600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	9	0.824	0.600	Reliabel

(Data yang di olah 2025)

Pada tabel 2 di atas yaitu hasil uji reliabilitas terhadap item pernyataan pada Suasana Cafe (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelangga (Y) dengan nilai *cronbach's Alpha* sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0.600 artinya semua item pernyataan dari kuesioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas



Sumber Data: Data Primer diolah Spss v27 2025

Gambar di atas menunjukkan bahwa grafik normal P-P *Regression Standardized, Residual* menggambarkan penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebaran mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, Maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi Normalitas. Untuk menegaskan hasil Normalitas diatas, maka peneliti melakukan uji Kolmogorov-Smirnov dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji kolmogorov-smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.97674000
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.047
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.063
Monte Carlo Sig. (2- tailed) ^d	Sig.	.061
	99% Confidence Interval	Lower Bound Upper Bound
		.055 .068

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: data primer diolah Spss v27 2025

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov diatas, terlihat nilai Asymp.Sig memiliki nilai $0.063 > 0.05$ ($0.063 > 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara Normal dan model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen yaitu keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independen yaitu Suasana Cafe dan. Kualitas Pelayanan Maka data penelitian layak digunakan sebagai penelitian.

b) Uji Multikoleniaritas

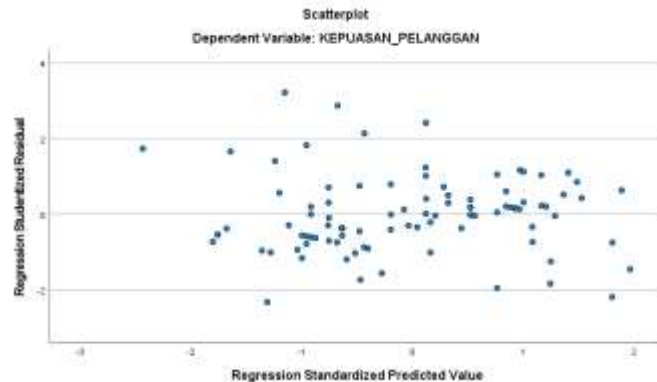
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SUASANA CAFÉ	.877	1.140
	KUALITAS PELAYANAN	.877	1.140
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN			

Sumber: data primer diolah Spss v27 2025

Berdasarkan nilai *Collinearity Statistic* dari output diatas, di peroleh nilai *Tolerance* untuk variabel Suasana Cafe (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) adalah ($0.877 > 0.10$) sementara nilai VIF untuk variabel Suasana Cafe (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) adalah ($1.140 < 10.00$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikoleniaritas dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heterokedastisistas

Sumber: data primer diolah Spss v27 2025

Grafik Scatterplot yang di tampilkan untuk uji heterokesdastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokesdastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel keputusan pembelian (Y).

d) Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.493 ^a	.243	.226	5.030	1.767
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, SUASANA CAFÉ					
b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN					

Sumber: data primer diolah Spss v27 2025

Dari tabel 6 di atas, diperoleh nilai durbin watson sebesar 1.767 Nilai Durbin Watson ini memenuhi kriteria $du < DW < 4-du$, maka $1.710 < 1.767 < 2.233$ yang artinya tidak terjadi autokorelasi karena tidak dapat disimpulkan.

4. Regresi Linear Berganda
Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.519	3.837		3.523	.001
	SUASANA CAFÉ	.114	.122	.090	.939	.350
	KUALITAS PELAYANAN	.451	.096	.454	4.709	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Sumber: data primer diolah Spss v27 2025

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 13.519 + 0.114X_1 + 0.451X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 13.519 dapat diartikan apabila variabel Suasana Cafe (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dianggap nol, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan sebesar 13.519.
- Nilai koefisien beta pada Suasana Cafe (X1) sebesar 0.114 artinya setiap perubahan variabel Suasana Cafe (X1) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.114 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada variabel Suasana Cafe akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.114 satuan.
- Nilai koefisien beta pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0.451 artinya setiap perubahan variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan perubahan

Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.451 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada variabel Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.451 satuan.

5. Koefisiensi korelasi dan uji determinasi

• Koefisiensi korelasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Uji Determinasi

Model Summary ^b							
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	Durbin-Watson
1	.493 ^a	.243	.226	5.030	.243	14.905	1.767
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, SUASANA CAFÉ							
b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN							

Sumber: data primer diolah Spss v27 2025

Dari hasil tersebut dapat diperoleh nilai *R* adalah sebesar 0.493 Hasil tersebut menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara Suasana *Cafe* (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya pengaruh itu maka dapat digunakan pedoman seperti pada tabel berikut :

Tabel 8. Pembanding Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono 2016

Jadi kolerasi hubungan antara Suasana *Cafe* (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,493 berada pada interval 0,40 – 0,599 dengan tingkat hubungan **Sedang**.

• Uji determinasi

Jadi terdapat pengaruh antara variabel Suasana *Cafe* (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yang besarnya pengaruh ini dapat dinyatakan secara kuantitatif dengan pengujian koefisien determinasi lalu diperoleh nilai Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0.243 atau 24,3%. sedangkan sisanya 75,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti

dalam penelitian ini seperti Pengaruh Promosi, Harga dan Customer Loyalty, variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Hasil uji t

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.519	3.837		3.523	.001
	SUASANA CAFE	.114	.122	.090	.939	.350
	KUALITAS PELAYANAN	.451	.096	.454	4.709	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber: Data Primer Diolah SPSS v27 ,2025

H1 : Suasana *Cafe* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soehendar Coffee* Kota Bima.

Hasil statistik uji t untuk variabel Suasana *Cafe* diperoleh nilai t hitung sebesar 0.939 dengan nilai t tabel sebesar 1.660 ($0.939 < 1.660$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.350 lebih besar dari 0.05 ($0.350 > 0.05$), maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Suasana *Cafe* berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soehendar Coffee* Kota Bima” **H1 Ditolak**.

Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Basit et al., 2025a; Clara A.M. Rooroh, 2020; Donny arif, 2020; Eriyanti & Wardoyo, 2023; Hadi & Nastiti, 2021a; Heni Rohaeni, 2018; Inayatul Maula, 2020; Makarueh, 2022; Meika Marito Sihombing, 2021; Muhammad Sofyan Assauri, 2021; Ni Putu Indah Sri Antari, 2022; Novianti et al., 2018a; Nyoman et al., 2021; Pranajaya & Warganegara, 2024a; Program et al., 2019a; Recly Bima Rhamadana, 2016; Septi Aji Prabowo, 2018; Sholihah, 2020a; Tondang et al., 2023; Wisnu Widayat, 2020) (Abdul Basit, 2025), yang menyatakan bahwa Suasana *Cafe* tidak berpengaruh secara signifikan, Pengaruh Suasana *Cafe* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di *H'old Coffee*.

H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soehendar Coffee* Kota Bima.

Hasil statistik uji t untuk variable Kualitas Pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 4.709 dengan nilai t tabel sebesar 1.660 ($4.709 > 1.660$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soehendar Coffee* Kota Bima” **H2 Diterima**.

Penelitian ini sama seperti penelitian yang di lakukan oleh (Clara A.M, 2019), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan, Pengaruh Suasana *Cafe*, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada *Cafe Casa De Wanea Manado*).

7. Hasil uji f

Tabel 10. Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	754.202	2	377.101	14.905	.000 ^b
	Residual	2352.954	93	25.301		
	Total	3107.156	95			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, SUASANA CAFÉ						

Sumber: Data Primer Diolah SPSS v27 ,2025

H3 : Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soehendar Coffee* Kota Bima.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 14.905 dengan nilai F tabel sebesar 3.09 (14.905. > 3.09) dengan signifikansi sebesar 0.000 (0.000 < 0.05). Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0.05). maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soehendar Coffee* Kota Bima” **H3 Diterima.**

Penelitian ini sama seperti penelitian yang di lakukan oleh (Isnaini Aminatus Sholihah, 2020), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan, Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini antara lain:

- Suasana *Cafe* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soehendar Coffee* Kota Bima
- Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soehendar Coffee* Kota Bima
- Suasana *Cafe* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soehendar Coffee* Kota Bima.

SARAN

Pada variabel Suasana *Cafe* diharapkan selalu menjaga Suasana *Cafe* agar pelanggan selalu merasa nyaman ketika berkunjung ke *Soehendar Coffee* Kota Bima dan bagi penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan variabel tambahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang lebih beragam, seperti variabel promosi untuk memperkaya variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, D., & Ekasari, R. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendektan Praktik*. Rineka Cipta.
- Basit, A., Nurul Haq Almuqayyim, Y., Julvani, D., Ginta Setia, A., Linggarto, D., & Wina Maryam, A. (2025a). PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI H'OLD COFFEE. In *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan* (Vol. 6, Issue 2). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jkmt>
- Clara A.M. Rooroh. (2020). PENGARUH SUASANA CAFE, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO) THE INFLUENCE OF CAFE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO). *130 Jurnal EMBA*, 8, 130–139.
- Deta Putri Apriliani, Sri Nuringwahyu, D. K. (2019). *Pengaruh Promosi, Citra Toko, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Bahrul Maghfiroh Mart)*. 11(2), 202–211.
- Donny arif. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Eriyanti, T., & Wardoyo, D. U. (2023). Analisis Keuangan Untuk Nilai Tambah Pasar di Industri Digital. *Jurnal Mahasiswa*, 5(3). <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v5i3>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis Multivariete dengan program IBM SPSS 23 (edisi 8)*. Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Hadi, P., & Nastiti, H. (2021a). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME (Vol. 2).
- Heni Rohaeni. (2018). 4503-12500-1-PB.
- Inayatul Maula. (2020). PENGARUH SUASANA CAFÉ DAN VARIETY PRODUCT TERHADAP PURCHASE DECISION DAN REPURCHASE INTENTION (Studi Pada Konsumen Pesen Kopi Plus Taman Dayu Pandaan) SKRIPSI.
- Isnaini Aminatus Sholihah. (2020). PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK
- Makarueh, J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café About Something Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 3(1), 2021–2033.
- Makarueh, J., Rohaetin, S., Erang, D., Program, M., Pendidikan, S., Fakultas, E., Dan, K., Pendidikan, I., Palangka Raya, U., Studi, P., Ekonomi, P., Keguruan, F., Ilmu, D., Universitas, P., & Raya, P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café About Something Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 3(1), 2021–2033.
- Meika Marito Sihombing. (2021). 12787-34975-1-SM (1).
- Muhammad Sofyan Assauri. (2021). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PEMEGANG SAHAM TERHADAP INDEX HARGA SAHAM JII DENGAN PROFITABILITAS.
- Ni Putu Indah Sri Antari. (2022). 4.40-48.
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018a). KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>

- Nyoman, N., Cakra Binaraesa, P., Hidayat, I., Lestariningsih, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., Stiesia, I. (, & Surabaya,). (n.d.). *STORE ATMOSPHERE MEMODERASI PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya)*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.61-68>
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.308>
- Pranajaya, A. R., & Warganegara, T. L. P. (2024a). Pengaruh Suasana Café, Lokasi dan Inovasi Terhadap Minat Beli di Bengkel Kopi Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 8(3), 1153–1164. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i3.2680>
- Program, N. N., Bisnis, M., Manajemen, S., Bisnis, F., Ekonomi, D., Kristen, U., & Jl, P. (2019a). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NOACH CAFE AND BISTRO* (Vol. 7, Issue 2).
- Recly Bima Rhamadana. (2016). *ANALISIS RASIO KEUANGAN UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PADA PT. H.M SAMPOERNA Tbk Recly Bima Rhamadana Triyonowati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Rooroh, C. A. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. J. R. (2020a). PENGARUH SUASANA CAFE, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO) THE INFLUENCE OF CAFE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO). *130 Jurnal EMBA*, 8, 130–139.
- Sholihah, I. A. (2020a). PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.
- Sofyan Assauri M. (2021). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PEMEGANG SAHAM TERHADAP INDEX HARGA SAHAM JII DENGAN PROFITABILITAS*.
- Septi Aji Prabowo. (2018). PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN MIROTA KAMPUS GODEAN. In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 1, Issue 7).
- Suasana Toko, P., Pelayanan, K., & Kepercayaan, D. (2018). PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN MIROTA KAMPUS GODEAN. In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 1, Issue 7).
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Tondang, G. A., Lathief, M., Nasution, I., & Dharma, B. (n.d.). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 2023.
- Tondang, G. A., Lathief, M., Nasution, I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 2023.
- Wisnu Widayat. (2020). *1458-Article Text-3055-1-10-20201023*.