

Pengaruh Varian Menu, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Retro Coffe

Garil Adiyat Maulana¹, Muhajirin², Mulyadin³

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

*Email Korespodensi: gariladiatmaulana.stiebima18@gmail.com

Diterima: 16-08-2024 | Disetujui: 17-08-2024 | Diterbitkan: 18-08-2024

ABSTRACT

To determine the influence of menu variants, prices and café atmosphere on consumer satisfaction at Kedai Retro Coffee. (The type of research used in this research is associative. This research aims to determine the effect of menu variants, prices and cafe atmosphere on consumer satisfaction at Kedai Retro Coffee. Based on the results of the analysis, it is known that F count is 13.556 > F table 3.09 and the sig value. 0.000 < 0.05 which means hypothesis H3 is accepted. It can be concluded that menu variants, prices and café atmosphere have a significant effect on consumer satisfaction at Kedai Retro Coffee.

Keywords: Menu Variants, Prices, Cafe Atmosphere, And Customer Satisfaction

ABSTRAK

Untuk mengetahui pengaruh varian menu, harga dan suasana café terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe. (Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif.. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh varian menu, harga dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa F hitung 13,556 > F tabel 3,09 dan nilai sig. 0,000 < 0,05 yang berarti hipotesis **H3 diterima**. Dapat disimpulkan bahwa varian menu, harga dan suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe.

Kata Kunci : Varian Menu, Harga, Suasana Caffé Dan Kepuasan Konsumen.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Garil Adiyat Maulana, Muhajirin, & Mulyadin. (2024). Pengaruh Varian Menu, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Retro Coffe. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 172-181. <https://doi.org/10.62710/wkasax23>

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorphosis yang berkesinambungan. Dimana salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal pengembangan teknologi dan gaya hidup, dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang kini terjadi. Industri makanan dan minuman atau restoran merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan. Karena pada dasarnya orang makan untuk dapat bertahan hidup sehingga hal tersebut yang bisa dikatakan menjadi alasan mengapa bisnis restoran menjanjikan. Pada umumnya usaha bisnis didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya (Tawakkal dkk, 2021).

Cafe dan restoran siap saji saat ini merupakan tren gaya hidup bagi kaum dewasa. Cafe dan restoran siap saji di anggap sebagai tempat makan 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. Oleh sebab itu menikmati jamuan di cafe dan restoran siap saji menjadi kebiasaan atau tren gaya hidup bagi kaum dewasa saat ini (Novianti ddk, 2020).

Dalam bisnis cafe dan restoran, untuk dapat membuat restoran lebih terlihat menarik maka pada produk atau jenis makanan yang ditawarkan harus mempunyai kelebihan serta perbedaan rasa, varian, menu, serta suasana restoran Inovasi menu makanan, harga dan suasana tempat yang terjangkau dapat membantu dalam meningkatkan volume penjualan serta meningkatkan kepuasan konsumen (Sihombing, 2022).

kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kemudian menurut Salomon (Sihombing, 2022) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dibentuk melalui keseluruhan perasaan atau perilaku seseorang tentang sebuah produk atau jasa setelah membeli dan mengkonsumsinya. Kepuasan konsumen adalah evaluasi yang diberikan oleh konsumen terhadap perusahaan atas penggunaan produk atau jasa.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu variasi menu. Variasi menu yang beraneka ragam yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah lengkapnya varian produk yang ditawarkan (ramdani dkk 2021). Sehingga diharapkan dengan penyajian menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para konsumen yang masing-masing memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan dalam bentuk atau rasa (Gumelar dkk ,2016).

Faktor kedua yaitu harga. Menurut Assauri (Ramadani, 2022) harga merupakan satusatunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas begitupunsebaliknya.

Selain varian menu dan harga, suasana cafe juga merupakan salah satu faktor yang menunjang bisnis cafe dimana atmosphere yang ada dan tercipta membuat konsumen merasa berbeda untuk setiap cafe yang mereka datangi. Kotler & Amstrong (2013) atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Atmosfer dalam sebuah cafe dapat mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen sehingga dapat terjadi proses pembelian. Suasana cafe yang tercipta melalui eksterior dan interior, suara atau gemuruh, musik, penerangan lainnya pada akhirnya dapat membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen (Minarti, 2021).

Berdasarkan hasil observasi awal oleh peneliti terkait varian menu, harga dan suasana café ditemukan bahwa terkait varian menu terkadang konsumen ingin memesan menu namun menu yang tertera didaftar menu tidak lengkap dan tidak tersedia sehingga konsumen harus memesan menu lain yang tersedia saat itu. Terkait harga produk , harga yang ditawarkan pada beberapa produk ada yang lebih mahal daripada produk sejenis dari pesaing. Serta terkait suasana toko seringkali kondisi kurang nyaman jika pengunjung ramai dan membuat suara bising dan tempat duduk menjadi penuh sehingga beberapa konsumen terkadang memilih berpindah ke tempat lain yang sejenis.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2016) penelitian asosiatif bertujuan untuk pengetahuan pengaruh antara variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh varian menu, harga dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil uji Validitas

Variabel	Pearson Correlation	Nilai Batas	Keterangan
X1.1	0,463	0,300	Valid
X1.2	0,434	0,300	Valid
X1.3	0,485	0,300	Valid
X1.4	0,448	0,300	Valid
X1.5	0,458	0,300	Valid
X1.6	0,477	0,300	Valid
X2.1	0,407	0,300	Valid
X2.2	0,422	0,300	Valid
X2.3	0,420	0,300	Valid
X2.4	0,499	0,300	Valid
X2.5	0,426	0,300	Valid
X2.6	0,441	0,300	Valid
X3.1	0,422	0,300	Valid
X3.2	0,401	0,300	Valid
X3.3	0,490	0,300	Valid
X3.4	0,498	0,300	Valid
X3.5	0,490	0,300	Valid
X3.6	0,469	0,300	Valid
Y.1	0,431	0,300	Valid

Y.2	0,436	0,300	Valid
Y.3	0,574	0,300	Valid
Y.4	0,429	0,300	Valid
Y.5	0,494	0,300	Valid
Y.6	0,419	0,300	Valid

Sumber Data diolah, 2024

Hasil pengujian validitas variabel varian menu (X1), harga (X2), suasana café (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y), menunjukan bahwa nilai koefisien korelasi pada setiap item pernyataan $> 0,300$ sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner pada variabel independen maupun dependen dalam penelitian ini **“Valid”**.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

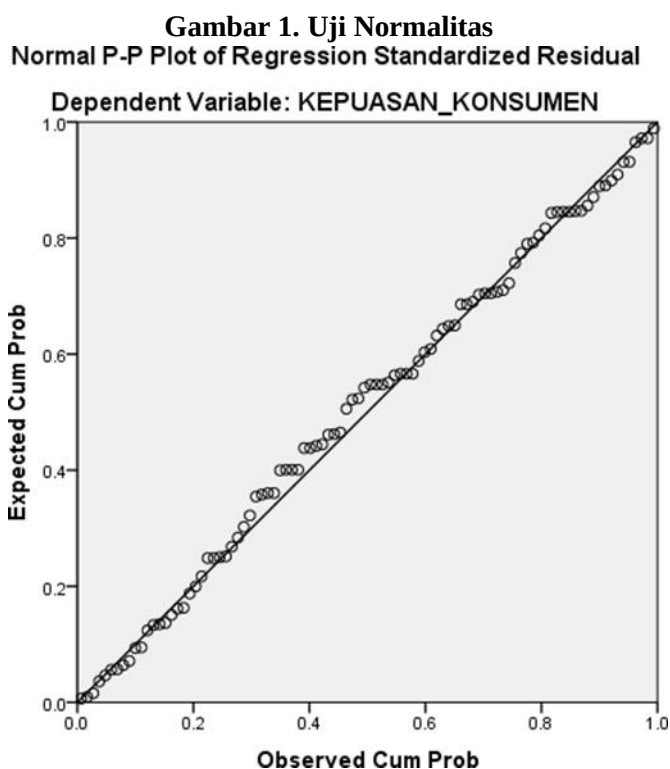
Variabel	Cronbach' Alpha	Keterangan
Varian menu (X1)	0,690	Reliabilitas
Harga (X2)	0,689	Reliabilitas
Suasana café (X3)	0,680	Reliabilitas

Sumber Data diolah, 2024

Gambar diatas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi layak dipakai untuk prediksi kepuasan kerja dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Sumber Data diolah, 2024

Berdasarkan gambar 1 di atas Uji normalitas data dengan Kolmogorov-Smirnov test menunjukkan nilai sig sebesar $0,079 > 0,05$. Artinya bahwa residual data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

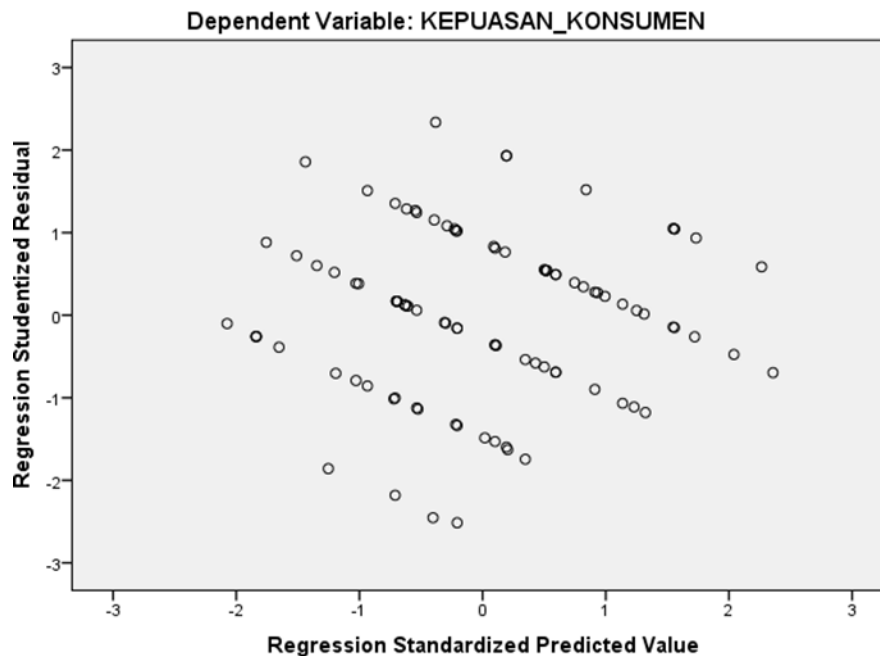
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

	Model	T	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.712	.000		
	VARIAN_MENU	3.060	.003	.590	1.695
	HARGA	2.973	.004	.590	1.695
	SUASANA_CAFE	2.439	.017	.590	1.695

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan nilai $VIF < 10,00$ atau nilai tolerance $> 0,10$ menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

**Gambar1. Uji Heterokedastisitas
Scatterplot**



Suatu data dikatakan terjadi residual apabila lingkaran tidak menyebar secara merata pada grafik *Scatterplot*. Dapat dilihat pada gambar 1 grafik *Scatterplot* diatas diketahui bahwa lingkaran/plot menyebar diatas dan dibawah nilai 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi.

1. Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.554a	.307	.284		.859	1.621

a. Predictors: (Constant), SUASANA_CAFE, VARIAN_MENU, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber Data diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Durbin-watson* sebesar 1.621 dan nilai $dU = 1.6039$, nilai $4-dU = 2,3961$. jika nilai durin watson terletak antara dU dan $4-dU$ maka tidak terjadi auto korelasi. Dapat terlihat bahwa $1.6039 < 1.621 < 2.3961$ yang artinya data tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi.

Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.037	2.555		4.712	.000
1 VARIAN_MENU	.225	.074	.277	3.060	.003
HARGA	.231	.078	.279	2.973	.004
SUASANA_CAFE	.179	.073	.224	2.439	.017

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber Data diolah, 2024

Dari tabel di atas dapat dijabarkan persamaan regresinya yaitu :

$$Y = 12,037 + 0,225X_1 + 0,231X_2 + 0,179X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 12,037, artinya jika varian menu, harga dan suasana café nilainya 0, maka Kepuasan Konsumen nilainya sebesar 3,989.
- Koefisien regresi variable varian menu sebesar 0.225 ; artinya jika varian menu mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,225 satuan dengan asumsi variable indepen lainnya bernilai tetap.
- Koefisien regresi variable harga sebesar 0,231 ; artinya jika harga mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,231 satuan dengan asumsi variable indepen lainnya bernilai tetap.
- Koefisien regresi variable suasana café sebesar 0,179 ; artinya jika suasana café mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,179 satuan dengan asumsi variable indepen lainnya bernilai tetap

Koefisein Korelasi dan Uji Determinasi

1. Koefisien Korelasi

Tabel 6. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.554 ^a	.307	.284	.859	1.621

a. Predictors: (Constant), SUASANA_CAFE, VARIAN_MENU, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber Data diolah, 2024

Jadi keeratan hubungan varian menu, harga dan suasana café terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,554 berada pada interval 0,40-0,599 dengan tingkat hubungan **sedang**.

2. Uji Determinasi

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 6 diatas, didapatkan nilai *R square* (Koefesien determinasi) sebesar 0,307 atau sama dengan 30,7% hal ini berarti besarnya kontribusi varian menu, harga dan suasana café terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 30,7% Sedangkan sisanya sebesar 69,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.037	2.555		4.712	.000
VARIAN_MEU IN	.225	.074	.277	3.060	.003
HARGA	.231	.078	.279	2.973	.004
SUASANA_CAFE	.179	.073	.224	2.439	.017

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber Data diolah, 2024

H1 = varian menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe

Berdasarkan *tabel 9* diatas nilai t hitung sebesar 3,060 lebih besar dari t tabel yaitu 1.986 atau $3,060 > 1.986$. Sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar $0,003 < 0,05$ yang berarti hipotesis **H1 diterima**. Dapat disimpulkan varian menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022) dengan judul Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin.

H2 = harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe

Berdasarkan *tabel 9* diatas nilai t hitung sebesar 2,973 lebih besar dari t tabel yaitu 1.986 atau $2,973 > 1.986$. Sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar $0,004 < 0,05$ yang berarti hipotesis **H2 diterima**. Dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Minarti, A., & Rayhan, M. (2021). Dengan judul Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'malaka Watansoppeng.

H3 = suasana cafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe

Berdasarkan *tabel 9* diatas nilai t hitung sebesar 2,439 lebih besar dari tabel yaitu 1.986 atau $2,439 > 1.986$. Sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar $0,017 < 0,05$ yang berarti hipotesis **H2 diterima**. Dapat disimpulkan bahwa suasana cafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Minarti, A., & Rayhan, M. (2021). Dengan judul Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'malaka Watansoppeng.

Hasil Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	30.042	3	10.014	13.556	.000b
1 Residual	67.958	92	.739		
Total	98.000	95			

Sumber: Data diolah, 2024

H4 = varian menu , harga dan suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 10 diketahui bahwa F hitung 13,556 > F tabel 3,09 dan nilai sig. 0,000 < 0,05 yang berarti hipotesis **H3 diterima**. Dapat disimpulkan bahwa varian menu, harga dan suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022) dengan judul Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka kesimpulan pada penelitian ini :

1. Varian menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe .
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe
3. suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe ..
4. varian menu, harga dan suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Retro Coffe

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis menyampaikan saran yakni :

Kedai retro coffe harus lebih memperhatikan kepuasan konsumen dari segi varian menu, menentukan harga yang bersaing serta menciptakan suansana coffe yang menarik agar tetap menjaga kepuasan konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Gumelar, K. T., Waluyo, H. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Dan Harga Terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 164-173.
- Kotler, Philip, Armstrong. 2013. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Maruli, E., Anigomang, F. R., & Maro, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Suasana Tempat Terhadapkepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 742- 754.
- Minarti, A., & Rayhan, M. (2021). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'malaka Watansoppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 4(2), 15-22.
- Novianti, N., & Suryatna, D. (2020). Pengaruh Harga Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'malaka Watansoppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 3(1), 67-73.
- Ramdani, E. P., Farida, E., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Equal Cafe. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(02).
- 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.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Tawakkal, E., Suaib, H., & Zein, E. M. (2021). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 384.
- Umar, Husein. 2002. *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, W. Christina. 2006. *Manajemen ritel strategi dan implementasi ritel modern*. Jakarta: Salemba Empat.