

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN OKUI KOPI DITINJAU DARI SUASANA CAFE, HARGA DAN VARIASI MENU

by Purbaningrum Jety

Submission date: 14-Jul-2022 08:44PM (UTC-0400)

Submission ID: 1870649428

File name: 1673-Article_Text-6941-1-15-20220712_1.doc (317K)

Word count: 3049

Character count: 18709

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN OKUI KOPI DITINJAU DARI SUASANA CAFE, HARGA DAN VARIASI MENU

¹² Jetty Purbaningrum Puspitarini¹, Samari², Sigit Ratnanto³
Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Mojoroto
Email : jepuspitarini@gmail.com

⁴⁹ Informasi Artikel
Tanggal Masuk : Tanggal Revisi : Tanggal Diterima :

¹ Abstract

The purpose of this research is to know the partial ²³ simultan influence of cafe atmosphere, price and menu variation toward customer satisfaction at Okui Kopi Kediri. This type of research is quantitative ²⁷ research with causality research techniques. The population in this research were consumers of Okui Kopi Kediri, while the sample in this study was 40 respondents who were obtained using non-²²probability sampling technique. Data collection techniques in the form of questionnaires, documents and observations. The analysis ¹² technique in this study is a multiple linear regression analysis technique with a tool to process data in the form of the SPSS version 25 application ⁴⁰. The results in this research simultaneously note that the variables of cafe atmosphere, prices and menu variations have a significant effect on Okui Kopi's customer satisfaction. While partially the cafe atmosphere variable has no significant effect on customer satisfaction, the price variable and menu variations partially have a significant effect on customer satisfaction Okui Kopi Kediri.

Keywords: Customer Satisfaction, Cafe Atmosphere, Prices and Menu Variations

² Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk ¹⁰ mengetahui pengaruh suasana cafe, harga dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan pada Okui Kopi Kediri baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Okui Kopi Kediri sedangkan sample dalam penelitian ini sebanyak 40 responden yang diperoleh menggunakan teknik non-probability sampling. Dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, dokumen dan observasi. Teknik analisis pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan alat bantu mengolah data berupa aplikasi SPSS ⁵³ 25. Hasil pada penelitian ini adalah secara simultan diketahui bahwa variabel suasana cafe, harga dan variasi menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Okui Kopi. Sedangkan ²³ secara parsial variabel suasana cafe tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Adapun variabel harga dan variasi menu secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Okui Kopi Kediri.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Suasana Cafe, Harga dan Variasi Menu

PENDAHULUAN

Salah satu sektor bisnis yang menjanjikan saat ini adalah industri kedai kopi. Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) di Jawa Timur mendukung klaim tersebut, mengklaim bahwa tren pertumbuhan kedai kopi meningkat 16-18% seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan. Mengingat dari fenomena yang terjadi saat ini, bertemu atau nongkrong di kafe sudah menjadi kebiasaan baru.

Pada akhirnya dari fenomena coffee shop tersebut dapat menginspirasi para pengusaha untuk membuka cafe dan restoran sebagai bisnis retail kuliner. Namun dikarenakan banyak usaha yang serupa, pemilik cafe harus memiliki kesadaran yang lebih baik tentang keinginan pasar pelanggan yang akan mereka tuju. Oleh karena itu, pemilik bisnis harus memanfaatkan semua pemikiran kreatif mereka untuk menarik minat pelanggan untuk datang mengunjungi cafe mereka. Seperti contoh di Kediri saat ini, telah banyak bermunculan coffee shop yang bersaing sengit dan mengusung konsep yang berbeda guna menarik pelanggan.

Dalam berbisnis sebuah cafe salah satu faktor yang dapat menarik pelanggan yaitu suasana cafe. (1) " Store atmosphere mengacu pada proses menciptakan lingkungan cafe yang memanfaatkan komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk membangkitkan respons dan kesan emosional pada pelanggan dan mempengaruhi mereka ke barang yang mereka pilih untuk dibeli "

Selain suasana cafe, harga dan variasi menu merupakan faktor penting untuk sebuah bisnis di bidang kuliner atau coffee shop. Hal ini dikarenakan, jika harga suatu produk semakin tinggi akan mengakibatkan penurunan dalam keputusan pembelian. (2) Sedangkan, jika semakin rendah maka akan meningkatkan penjualan. Begitu pula yang terjadi dengan variasi menu, jika pelakon bisnis mengikuti perkembangan jaman dengan inovasi terbaru maka hal itu juga akan menarik minat pelanggan untuk berkunjung . Namun, harus juga memperhatikan kualitas produknya sehingga pelanggan akan merasa puas karena memenuhi apa yang telah mereka harapkan.

Salah satu cafe yang menawarkan konsep yang berbeda yaitu Okui Kopi. Okui Kopi merupakan pelopor coffee shop yang ada di Kediri yang telah berkembang sehingga telah membuka 5 cabang di berbagai daerah Jawa Timur. Dengan menjual atau menyajikan menu yang bervariasi serta harga yang mampu bersaing dengan coffee shop yang lain. Okui juga mempunyai konsep open space dengan nama ruang kreatif bagi para pebisnis yang ada di Kediri dan sekitarnya. Hal ini baru pertama terjadi di Kediri, karena Okui memiliki ide bahwa Okui kopi tidak hanya tempat untuk kuliner namun juga dapat dimanfaatkan sebagai ruang kreatif.

Hal ini dibuktikan oleh beberapa hasil jurnal penelitian terdahulu terhadap suasana cafe, harga dan variasi menu berpengaruh pada kepuasan pelanggan. (3) Pada jurnal penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa pelanggan akan merasa tertarik ketika konsep coffee shop yang tidak biasa dan menarik. Selain itu juga, keragaman produk juga dinilai penting dalam kepuasan konsumen. Selanjutnya pada jurnal (4) mengatakan bahwa harga dan store atmosphere berpengaruh pada kepuasan konsumen Hal ini disebabkan karena, jika semakin rendah harga maka konsumen akan semakin tinggi untuk minat membelinya dan kepuasan konsumen akan meningkat ketika suasana cafe dibuat lebih nyaman. Dan begitu pula pada jurnal (5) suasana yang nyaman, serta harga yang terjangkau, membuat cafe akan ramai dikunjungi selain itu juga, pelanggan akan berniat untuk datang Kembali ke coffee shop tersebut dikarenakan merasa puas akan hasil yang mereka rasakan selama berkunjung.

37

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik penelitian kausalitas. Tempat penelitian ini berlokasi di Okui Kopi yang terletak di Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa No.32, Banjaran, Kec. Kota Kediri, Kediri, Jawa Timur 64124. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama lima bulan yakni dibulan Januari sampai dengan bulan Mei 2022. Penelitian dilakukan di Okui Kopi karena, Okui Kopi merupakan pelopor cafe kekinian yang ada di Kediri dan berani melakukan suatu gebrakan atau inovasi baru dalam berbisnis cafe. Teknik pengambilan data menggunakan teknik non probability sampling, dengan penilaian skala likert. Melakukan teknik analisis data setelah pengumpulan data. Menggunakan beberapa teknik analisis, antara lain analisis koefisien determinasi (R^2), uji parsial (Uji-T), dan uji simultan (Uji F), sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis berupa

17 uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji auto korelasi, uji normalitas, dan uji heteroskedastisitas. Metode analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil uji regresi linier berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.951	4.331		1.836	.075
	SUASANA CAFE	-.191	.199	-.161	-.961	.343
	HARGA	.421	.150	.481	2.808	.008
	VARIASI MENU	.524	.161	.471	3.253	.002

(sumber : Diolah penulis, 2022)

$$Y = 7,951 - 0,191X_1 + 0,421X_2 + 0,524X_3 + e$$

41 Nilai konstanta 7,951 yang bertanda positif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah antara variabel bebas dan terikat, seperti terlihat pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kepuasan pelanggan adalah 7,951 jika semua variabel independen seperti suasana kafe (X1), harga (X2), dan variasi menu (X3), adalah 0% atau tidak berubah.

Variabel kepuasan pelanggan dan suasana cafe memiliki hubungan yang negatif (berbalik), yang ditunjukkan dengan koefisien regresi suasana kafe sebesar -0,191. Dinyatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan akan turun sebesar 0,191 jika variabel suasana cafe meningkat sebesar 1 persen.

14 Koefisien regresi harga sebesar 0,421 menunjukkan nilai yang positif. Ini menunjukkan bahwa, jika semua variabel lain konstan, kenaikan harga sebesar 1 persen akan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,421.

14 Koefisien variasi menu bernilai positif dengan nilai sebesar 0,524. Ini menunjukkan bahwa, jika semua variabel tetap konstan, kenaikan harga sebesar 1 persen akan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,524 persen.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Secara Statistik

Tabel 2. Uji Normalitas

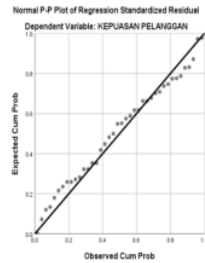
	Unstandardized Residual
N	40
Test Statistic	.084
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^a

(sumber : Diolah penulis, 2022)

Nilai signifikan *Unstandardized Residual* bernilai $0,200 > 0,05$ Temuan ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal

Secara Grafik

Gambar 1. Grafik



(sumber : Diolah penulis, 2022)

Dapat diketahui dari gambar diatas bahwa, data menyebar disekitar garis diagonal dapat dikatakan bahwa memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
SUASANA CAFE	.442	2.265
HARGA	.421	2.377
VARIASI MENU	.589	1.698

(sumber : Diolah penulis, 2022)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa variabel Suasana cafe, Harga dan Variasi Menu mendapatkan hasil tolerance $0,442; 0,421; 0,589 > 0,1$. VIF bernilai $2,265; 2,377; 1,698 < 10$. Tidak terdapat multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Uji Autokorelasi

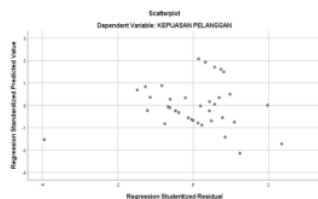
	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	2.271	2.289

(sumber : Diolah penulis, 2022)

Terdapat nilai DW (Durbin Watson) adalah 2,289. Dengan taraf signifikansi 5%, $N=40$ dan $K=3$ variabel bebas, maka nilai du (batas atas) adalah 1,6589. Nilai DW sebesar $2,289 < (4 - du) 4 - 1,6589 = 2,3411$ dan $> (du)$ sebesar 1,6589. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa bebas autokorelasi.

Uji Heterokedastitas

Gambar 2. Uji Heterokedastitas



(sumber : Diolah penulis, 2022)

Gambar di atas memperlihatkan bahwa titik-titik acak yang tersebar tidak menghasilkan pola, memenuhi persyaratan heteroskedastisitas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data yang dilakukan oleh penulis dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 40 responden.

Tabel 5. Karakteristik data responden

No	Aspek	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Berdasarkan jenis kelamin :		
	a. Laki-laki	22	55%
	b. Perempuan	18	45%
	Jumlah	40	100%
2	Berdasarkan usia :		
	a. 19-21 tahun	23	57,5%
	b. 22-24 tahun	14	35%
	c. 25-28 tahun	3	7,5%
Jumlah	40	100%	
3	Berdasarkan pekerjaan :		
	a. Mahasiswa	28	70%
	b. Karyawan	7	17,5%
	c. Freelance	5	12,5%
Jumlah	40	100%	
4	Berdasarkan frekuensi berkunjung :		
	a. 2 kali dalam sebulan	19	47,5%
	b. >2 kali dalam sebulan	21	52,5%
	Jumlah	40	100%
5	Berdasarkan berkunjung dengan siapa :		
	a. Teman	34	85,5%
	b. Rekan kerja	1	2,5%
	c. Lainnya	5	12,5%
Jumlah	40	100%	

(sumber : Diolah penulis, 2022)

Laki-laki merupakan mayoritas responden dalam penelitian ini, sebanyak 55%, dengan skala umur 19-21 tahun sebanyak 57,5% dan mahasiswa mendominasi sebanyak 70%, dengan frekuensi berkunjung >2 kali dalam sebulan 52,5%, dengan kebanyakan berkunjung bersama temannya sebesar 85,5%.

1 Pengaruh suasana cafe (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 6. Hasil uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.836	.075
SUASANA CAFE	.961	.343

(sumber : Diolah penulis, 2022)

Dapat dilihat dari tabel bahwa nilai t-hitung 0,961 dan nilai Sig 0,343. Dengan demikian dapat diketahui bahwa nilai Sig > 0,05 dan nilai t-hitung < nilai t-tabel sebesar 2,02809. Oleh karena itu H0 disetujui tetapi Ha tidak disetujui. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Okui Kopi tidak dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel Suasana cafe.

(6) Suasana cafe adalah proses pembentukan suasana pembelian yang nyaman dengan visual, tata letak, pencahayaan, musik, dan aroma untuk mempengaruhi persepsi dan perasaan konsumen saat membeli. Keberadaan pendingin ruangan (AC), tata letak, rak penyimpanan, dan faktor lainnya semuanya termasuk dalam suasana cafe, menurut beberapa kriteria di atas.

Okui kopi memiliki suasana cafe yang nyaman dengan mengusung konsep milenial kreatif, mempunyai space indoor dan outdoor dan penataan interior yang tepat. Namun hal itu, tidak cukup membuat pelanggan merasa puas, dikarenakan di Kediri saat ini banyak cafe yang berdiri dengan menawarkan konsep/suasana cafe yang lebih menarik. Oleh karena itu, suasana cafe Okui Kopi saat ini harus lebih diperhatikan agar pelanggan merasa puas dan bersedia datang kembali.

Dan didukung oleh (7) yang meneliti suasana cafe terhadap kepuasan konsumen. Diketahui bahwa kepuasan konsumen tidak terpengaruh oleh suasana cafe, karena banyak cafe saat ini yang memiliki suasana modern, sehingga suasana cafe satu ke cafe berikutnya serupa, dan pelanggan tidak lagi mencari suasana cafe, tetapi membandingkan item lain, untuk memuaskan kepuasan mereka. Serta penelitian yang dilakukan oleh (8) juga mengatakan bahwa suasana cafe tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 7. Hasil uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.836	.075
HARGA	2.808	.008

(sumber : Diolah penulis, 2022)

Dapat dilihat dari tabel bahwa nilai t-hitung 2,808 dan nilai Sig 0,008. Dengan demikian dapat diketahui bahwa nilai Sig < 0,05 dan nilai t-hitung > t-tabel sebesar 2,02809. Akibatnya, H_a disetujui sedangkan H₀ tidak disetujui. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Okui Kopi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel harga.

Secara sederhana dijelaskan, Harga adalah ukuran nilai yang ditukar konsumen untuk barang atau jasa. (9) Harga didefinisikan sebagai satuan moneter atau satuan ukuran lainnya (produk dan layanan) yang dipergunakan untuk mendapatkan atau penggunaan produk dan layanan sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan.

Okui kopi menawarkan harga yang bisa dibilang terjangkau di bandingkan dengan cafe yang lain. Namun pada saat pandemic beberapa bulan yang lalu, Okui Kopi sempat mengalami penurunan pada jumlah pendapatan sebesar 40% dikarenakan jumlah pengunjung yang datang pada saat pandemi hanya 70 orang sedangkan sebelumnya bisa mencapai 150-200 orang. Hal itu, Okui Kopi membuat strategi baru agar pelanggan berdatangan kembali sehingga membuat pendapatan bulanan Okui kopi menjadi stabil dan strategi baru tersebut bisa membuat pelanggan merasa puas.

Hal ini sesuai dan didukung dengan penelitian (4) ini mempertimbangkan masalah harga mengenai kepuasan konsumen. Konsumen sendiri menyadari bahwa semakin tinggi suatu produk maka semakin tinggi pula kualitas produk tersebut dari segi harga. Jika suatu produk harganya lebih mahal daripada manfaatnya bagi konsumen, nilai produk tersebut negatif dan kepuasan konsumen berkurang. Konsumen akan puas jika mereka membayar lebih tetapi juga menerima manfaat yang sama.

Pengaruh variasi menu (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 8. Hasil uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.836	.075
VARIASI MENU	3.253	.002

(sumber : Diolah penulis, 2022)

Dapat dilihat dari tabel bahwa nilai t-hitung 3,253 dan nilai Sig 0,002. Dengan demikian dapat diketahui bahwa nilai Sig < 0,05 dan nilai t-hitung > t-tabel sebesar 2,02809. Akibatnya, Ha disetujui sedangkan H0 tidak disetujui. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Okui Kopi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel variasi menu.

Salah satu aspek terpenting dari persaingan antara restoran dan cafe adalah variasi menu. Alhasil, para pebisnis harus menghasilkan pilihan menu yang terbaik. Karena biasanya pelanggan akan tertarik mendatangi tempat tersebut apabila mempunyai banyak varian menu yang disediakan. Selain itu juga, rasa, jenis dan bentuk akan menarik perhatian pembeli. Oleh karena itu, para pebisnis harus lebih berinovasi, kreatif dan up to date dalam mengembangkan varian menu mereka dan pelanggan pun akan merasa puas.

Varian Menu pada Okui Kopi sangat beragam hal ini dikarenakan Okui update dalam menu mereka. Okui Kopi juga memiliki nama menu unik yang merupakan beberapa dari produk best seller mereka yang berbasis kopi, yaitu Teman Kelana, Teman Sejiwa, Teman Kembara. Selain itu juga, Okui Kopi juga bekerja sama dengan UMKM yang ada di Kediri seperti Ounaki, Gonmu Toast, serta Nakamse. Hal itu, dapat menambah ragam varian menu yang ada di Okui Kopi. Sehingga para pelanggan yang datang ke Okui Kopi merasa puas.

Hal ini sesuai dan didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (10) mengatakan bahwa variasi menu mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen secara positif dan signifikan. Hal ini dikarenakan apabila banyaknya variasi menu yang ditawarkan oleh cafe maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Pengaruh suasana cafe (X1), harga (X2) dan variasi menu (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 9. Hasil uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	231.437	3	77.146	14.959	.000 ^b
	Residual	185.663	36	5.157		
	Total	417.100	39			

(sumber : Diolah penulis, 2022)

Berdasarkan tabel, F dihitung 14.959, dan Sig 0,000. Dengan demikian dapat diketahui bahwa nilai Sig < 0,05 dan nilai F hitung > F pada tabel 2.86. Akibatnya, Ha disetujui sedangkan H0 tidak disetujui. Dapat disimpulkan bahwa variabel suasana cafe, harga dan variasi menu secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Okui Kopi.

(11) Sejauh mana kinerja produk atau layanan yang dirasakan sesuai dengan harapan dikenal sebagai kepuasan. Konsumen menjadi tidak puas ketika produk atau layanan gagal memenuhi

harapan. Konsumen merasa puas jika kinerjanya sesuai dengan yang diharapkan. Ketika suatu produk atau layanan berkinerja lebih baik dari yang diharapkan, pelanggan sangat senang. Berdasarkan beberapa definisi di atas, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai kepuasan atau ketidakpuasan seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang diperolehnya setelah membandingkan hasilnya dengan harapan konsumen.

Pada hasil penelitian di atas ketiga variabel secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian ketiga variabel telah dinyatakan signifikan dapat diartikan bahwa dalam ketiga variabel tidak bisa dipisahkan dan saling berkaitan, yang mana menjadi satu kesatuan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (10) Ia mengklaim bahwa ada hubungan searah antara varian menu, harga, dan suasana kafe terhadap kepuasan konsumen, bahwa tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi diikuti oleh varian menu yang lebih beragam, harga yang terjangkau, dan lingkungan kafe yang menarik akan menambah kesan lebih pada pelanggan sehingga akan datang kembali.

Uji determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 10. Uji Determinasi (*Adjusted R²*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.518	2.271

(sumber : Diolah penulis, 2022)

Berdasarkan tabel dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,518 atau 51,8% Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Okui Kopi dipengaruhi oleh korelasi atau hubungan antar elemen yang mempengaruhi suasana kafe, harga, dan variasi menu. Sedangkan variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini berpengaruh pada sisanya sebesar 48,2%.

KESIMPULAN

1. Tidak adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara suasana cafe terhadap kepuasan pelanggan Okui Kopi
2. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan Okui Kopi.
3. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variasi menu terhadap kepuasan pelanggan Okui Kopi.
4. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan pada suasana cafe, harga dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan Okui Kopi.

43

IMPLIKASI

1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis pada penelitian ini adalah sebagai tambahan temuan baru pada teori yang sudah ada atau bahan untuk menciptakan teori baru. Dimana dalam perspektif jenis pendekatan penelitian, peran penting teori adalah menyediakan bidang-bidang yang menarik dan mungkin menjanjikan untuk dikerjakan. Khususnya pada variabel suasana cafe, harga dan variasi menu.

39

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi Okui Kopi untuk bahan pertimbangan dalam pengembangan Okui Kopi dimasa yang akan datang. Khususnya pada variabel suasana cafe, harga dan variasi menu.

SARAN

1. Bagi pemilik Okui Kopi, harus lebih memperhatikan Suasana cafe dan Variasi Menu mereka, karena hal variabel tersebut salah satu faktor penting untuk lebih meningkatkan pengunjung dan kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti, diharapkan selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain seperti, lokasi.
3. Bagi Universitas dan Mahasiswa, sebagai bahan tambahan referensi sekaligus wawasan dalam mengembangkan ilmu tentang pemasaran khususnya mengenai analisis suasana cafe, harga, variasi menu dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

1. Berman, Barry, and Evans JR. Retail Management : A Strategic Approach. Terjemahan. Bandung: CV Alfabet; 2012.
2. Darmawan D. Pengaruh Persepsi Tentang Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Paket Wisata Karimunjaya Di Biro Tour Dan Travel Karimunjawa Beach Adventure. 2015;3.
3. Wardhani FK, Dwijayanti R. Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. J Sains Sosio Hum. 2021;5(1):510–21.
4. Ramadhan D, Mahargiono PB. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. J Ilmu dan ... [Internet]. 2020;9(5):2. Available from: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
5. Makarueh J, Rohaetin S, Erang D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café About Something Palangka Raya. Edunomics J. 2022;3(1):17–21.
6. Desyana. Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Honda Pada PT Adidaya Kencana Motor Manado. 2013;

7. Tjahjaningsih SSAPE. PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, SUASANA CAFE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *J Ilm Indones* [Internet]. 2022;7(1). Available from: <https://www.jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/6224/3445>
8. Rooroh CAM, Moniharapon S, Loindong SJR, Cafe PS, Pelayanan K, Harga DAN. Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *J EMBA J Ris Ekon Manajemen, Bisnis dan Akunt.* 2020;8(4):130–40.
9. Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. In Bandung: Cetakan Kesembelian, Alfabeth; 2011. p. 285.
10. Sihombing MM, Arifin MH, Maryono M. Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Bus J.* 2022;1(1):26.
11. Kotler philip. GA. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 13th ed. jakarta: erlangga; 2016.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN OKUI KOPI DITINJAU DARI SUASANA CAFE, HARGA DAN VARIASI MENU

ORIGINALITY REPORT

29%
SIMILARITY INDEX

28%
INTERNET SOURCES

16%
PUBLICATIONS

5%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 ejournal.unesa.ac.id Internet Source **3%**

2 123dok.com Internet Source **2%**

3 core.ac.uk Internet Source **1%**

4 e-journal.unmas.ac.id Internet Source **1%**

5 repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source **1%**

6 online-journal.unja.ac.id Internet Source **1%**

7 repository.upstegal.ac.id Internet Source **1%**

8 text-id.123dok.com Internet Source **1%**

9 pub.unj.ac.id Internet Source **1%**

10	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1 %
11	eprints.unpam.ac.id Internet Source	1 %
12	jiped.org Internet Source	1 %
13	repository.unpkediri.ac.id Internet Source	1 %
14	journal.stiei-kayutangi-bjm.ac.id Internet Source	1 %
15	adoc.pub Internet Source	1 %
16	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
17	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
18	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.uts.ac.id Internet Source	<1 %
20	repository.pelitabangsa.ac.id:8080 Internet Source	<1 %
21	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %

22	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
23	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<1 %
24	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
25	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source	<1 %
26	repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
27	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
28	www.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
29	Nur Anisa, Sri Hermuningsih, Alfiatul Maulida. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverages", Al- Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2021 Publication	<1 %
30	repository.stieykpn.ac.id Internet Source	<1 %
31	www.jurnalekonomi.unisla.ac.id Internet Source	<1 %

<1 %

32

eprints.unisnu.ac.id

Internet Source

<1 %

33

jurnal.syntaxliterate.co.id

Internet Source

<1 %

34

repo.unr.ac.id

Internet Source

<1 %

35

repository.usd.ac.id

Internet Source

<1 %

36

Submitted to Universitas Pelita Harapan

Student Paper

<1 %

37

docplayer.info

Internet Source

<1 %

38

Submitted to iGroup

Student Paper

<1 %

39

www.scribd.com

Internet Source

<1 %

40

Marwita Andarini, Nur Laely, Wigati Wigati, Nurul Laily. "Analisis Harga, Inovasi Produk, Promosi dan Proses Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Bakso Aci Tata Snack Kediri", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020

Publication

<1 %

41	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
42	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
43	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
44	id.123dok.com Internet Source	<1 %
45	katalog.ukdw.ac.id Internet Source	<1 %
46	pkm.uika-bogor.ac.id Internet Source	<1 %
47	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
48	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
49	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur II Student Paper	<1 %
50	Muhammad Rosyihuddin. "Kualitas Produk, Harga Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pengguna Tokopedia Di Kabupaten Gresik", MANAJERIAL, 2020 Publication	<1 %

51 conference.upnvj.ac.id

Internet Source

<1 %

52 ppjp.ulm.ac.id

Internet Source

<1 %

53 Ratnawaty Marginingsih, Isnurrini Hidayat
Susilowati, Wiwik Widiyanti. "Analisis Tingkat
Kepuasan Masyarakat Melalui Pelayanan
Informasi Pada Aplikasi KRL Access", Jurnal
Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan
Bisnis, 2020

Publication

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On