

PENGARUH LINGKUNGAN FISIK, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE SEMILIR BOJONEGORO

Edy Suhartono

Universitas Bojonegoro

Email : edysuhartono999@gmail.com

Abstract

The location of this research is Semilir Cafe on JL. First Lieutenant Suyitno, Bojonegoro Regency. The reason Semilir Cafe was chosen as the research location was because Semilir Cafe has a unique dining concept, namely a garden atmosphere on the edge of Bengawan Solo. The object of this research is related to "physical environment, service quality, product quality and consumer satisfaction". The researcher chose location II because this cafe has live music which can give a modern impression and provide comfort for visitors. Apart from that, Semilir Cafe also offers views of the gardens on the edge of Bengawan Solo, where cafe visitors can also enjoy direct views of Bengawan Solo. So it is an added value to arouse consumer interest. This research is quantitative research with an exploratory approach. The data used in this research is primary data which was analyzed using the SPSS analysis tool.

Keywords: *Physical Environment, Service Quality, Product Quality, and Consumer Satisfaction*

Abstrak

Lokasi penelitian ini adalah Kafe Semilir di JL. Lettu Suyitno Kabupaten Bojonegoro. Alasan dipilihnya Kafe Semilir sebagai tempat penelitian karena Kafe Semilir memiliki konsep tempat makan yang unik yaitu bernuansa kebun dipinggir Bengawan Solo. Objek dalam penelitian ini yakni berkaitan dengan “lingkungan fisik, kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen “. Peneliti memilih lokasi ii dikarenakan Kafe ini a memiliki *live music* yang dapat memberikan kesan modern dan memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Selain itu, Kafe Semilir juga menawarkan pemandangan kebun dipinggir Bengawan Solo, dimana pengunjung kafe juga dapat menikmati pemandangan langsung Bengawan Solo. Sehingga merupakan nilai tambah untuk membangkitkan minat konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksploratori. Data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer yang dianalisis dengan alat analisis SPSS.

Kata Kunci : Lingkungan Fisik, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

Sumber Saat ini dunia usaha dan bisnis berkembang pesat. Saat ini toko dan warung kuliner semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia. Menurut Irawan (2020), saat ini sektor pariwisata merupakan aspek penting dalam meningkatkan pembangunan tingkat nasional. Sektor pariwisata telah menjadi faktor utama dalam mendorong dan mengembangkan peluang usaha serta pariwisata. Mengingat populasi Indonesia berada diatas 250 juta, menjadi pasar yang menjanjikan bagi para investor usaha berbagai macam jenis terutama kuliner.

Menurut Putra (2021), setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan – perusahaan seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Hal ini membuat lingkungan perusahaan menjadi lebih kompleks. Perusahaan harus siap bersaing untuk menaikkan pelayanan konsumen. Salah satu cara perusahaan mencapai tujuannya supaya bisa berkompetisi dengan perusahaan lain dengan menaikkan dan mempertahankan konsumen.

Kepadatan penduduk Indonesia semakin naik setiap tahunnya. Sehingga tingkat konsumsi penduduk untuk menunaikan transaksi juga ikut naik. Menurut Kristanto (2018), salah satu

kegiatan konsumtif masyarakat saat ini adalah seperti konsumsi makanan dan berkumpul di kafe. Kafe merupakan pilihan tempat berkumpul atau hanya bersantai sampai acara penting lainnya.

Wilayah Bojonegoro telah mulai mengembangkan berbagai macam bisnis kuliner yang menawarkan produk berbeda. Perusahaan harus berpikir kreatif untuk bertahan di pasar. Kreatifitas diperlukan disini. Bisnis harus mampu menciptakan lingkungan fisik dan atmosfer menarik serta unik. Konsumen yang merasa nyaman akhirnya bersantai di restoran atau kafe dan kembali dalam bentuk kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan menciptakan lingkungan fisik yang nyaman di restoran atau kafe. Lingkungan fisik dapat diciptakan oleh *ambient* (suasana), *aesthetic facility* (estetika fasilitas), *layout* (tata ruang), dan *table setting* (penataan meja) yang memberikan perasaan nyaman secara psikologis kedepan konsumen sehingga timbul kecondongan konsumen yang puas dan menjadikan konsumen untuk kembali ke restoran atau kafe.

Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin baik pelayanan kafe akan membuat senang konsumen dan semakin besar untuk tetap setia pada kafe. Menurut Kotler (2009) kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan yang berasal dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.

Kafe Semilir Bojonegoro dalam melaksanakan bisnisnya berorientasi kepada konsumen dengan layanan nyaman dan memuaskan konsumen. Kafe Semilir Bojonegoro mempunyai ciri khas yang membuat kesan serta pengalaman beda kepada konsumen yang tidak bisa dijumpai pada kafe lain. Selain pelayanan yang baik, kafe Semilir Bojonegoro menyajikan suasana kafe dengan konsep kebun pinggiran Bengawan Solo, di mana konsumen bisa menikmati pemandangan Bengawan solo. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti memberikan kesimpulan dengan judul penelitian **“Pengaruh Lingkungan Fisik, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Semilir Bojonegoro”**

2. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kafe Semilir di JL. Lettu Suyitno Kabupaten Bojonegoro. Alasan dipilihnya Kafe Semilir sebagai tempat penelitian karena Kafe Semilir memiliki konsep tempat makan yang unik yaitu bernuansa kebun dipinggir Bengawan Solo. Kafe ini juga memiliki *live music* yang dapat memberikan kesan modern dan memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Selain itu, Kafe Semilir juga menawarkan pemandangan kebun dipinggir Bengawan Solo, dimana pengunjung kafe juga dapat menikmati pemandangan langsung Bengawan Solo. Sehingga merupakan nilai tambah untuk membangkitkan minat konsumen.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek memiliki ciri dan ciri tertentu dari peneliti digunakan untuk mempelajari serta kemudian menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, tidak hanya orang yang digunakan, tetapi juga objek dan benda-benda alam digunakan. Populasi penelitian ini tidak hanya terfokus pada objek atau subjek yang diteliti tetapi terdiri dari semua ciri-ciri subjek atau objek tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konsumen yang mengunjungi Kafe Semilir di Bojonegoro. Populasi ini tidak terbatas dan memerlukan pengambilan sampel.

Sampel

Seperti yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode observasi dengan bantuan kuesioner dan wawancara. Karakteristik subjek penelitian, semua konsumen Kafe Semilir tidak diikutsertakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2016), sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik dari suatu populasi. Dalam menentukan sampel dipilih dengan menggunakan teknik probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang diterapkan sedemikian rupa sehingga setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih diberi kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel. Probability sampling dalam penelitian ini adalah simple random sampling dimana anggota sampel yang digunakan diambil secara acak dari populasi tanpa memperhatikan strata populasi yang ada (Sugiyono, 2012:116). Menurut Roscoe, Sugiyono (2012:129) menyatakan bahwa apabila suatu penelitian dilakukan dengan beberapa variabel maka jumlah sampelnya minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli dan mengkonsumsi makanan di Kafe Semilir di Bojonegoro. Kadar sampel yang diambil dari seluruh indikator variabel bebas dan variabel terikat adalah $19 \times 10 = 190$ responden.

Metode Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data

Tentu saja, pengumpulan data yang akurat sangat penting karena menentukan baik atau buruknya suatu penelitian. Sanusi dalam Irawan (2020), data dapat dikumpulkan dengan beberapa cara yaitu melalui survei, observasi dan dokumentasi. Mengenai teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan data dapat digunakan melalui observasi, wawancara dan survei. Informasi teknis kemudian disajikan sebagai berikut:

a) Observasi

Sutrisno Hadi (1986) didalam Sugiyono, menyatakan observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses terdiri dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua yang paling penting adalah proses persepsi dan ingatan. Menurut Sugiyono (2014), teknik observasi digunakan dalam teknik pengumpulan data ketika penelitian menyangkut perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam dan ketika pengamatan tidak terlalu banyak.

b) Wawancara

Sugiyono (2014) menjelaskan dalam bukunya bahwa teknik survei digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang akan diteliti dan juga ketika peneliti ingin mengetahui hal-hal, responden lebih luas dan sedikit atau kecil. Sutrisno Hadi (1986) menyatakan bahwa asumsi yang harus diikuti peneliti ketika menggunakan metode wawancara maupun kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Responden harus paling mengenal diri mereka sendiri
2. Apa yang dikatakan subjek kepada peneliti merupakan benar serta dapat dipercaya
3. Interpretasi subjek terhadap pertanyaan peneliti sesuai dengan maksud peneliti.

c) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan jawaban kepada responden. Survei dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang disampaikan secara langsung kepada responden atau dikirim melalui surat atau melalui Internet. Jika survei dilakukan di lingkungan yang cukup besar dan survei dapat diserahkan secara pribadi dalam waktu singkat, survei tidak akan dikirimkan kepada responden. Adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden memberikan dasar

yang cukup baik bagi responden untuk secara sukarela memberikan data yang objektif dan cepat.

Sumber Data

a) Data Primer

Data primer adalah informasi yang peneliti terima langsung dari sumbernya untuk pertama kali. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah respon dari survei yang dikirimkan kepada konsumen.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang didapat peneliti melalui observasi tidak langsung. Data sekunder bisa didapat atau tidak didapat dari majalah, perusahaan, internet, sumber lain, atau laporan sejarah, yang disusun dan disebarluaskan. Data ini biasanya dikumpulkan dari berbagai lembaga pengumpulan data dan tersedia untuk umum.

Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan alat analisis SPSS dengan urutan uji validitas, uji reliabilitas, analisis linier berganda, uji hipotesis, dan uji asumsi klasi.

3. HASIL DAN DISKUSI

Sejarah Singkat Perusahaan

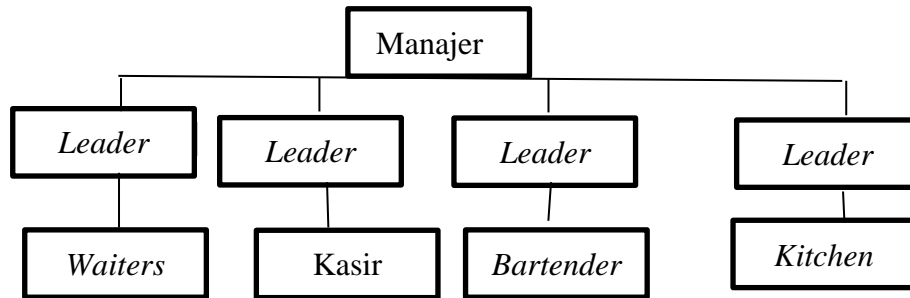
Kafe Semilir bertempat dipinggir Bengawan Solo dengan suasana santai. Berawal dari keinginan pemilik Kafe Semilir yang pada awalnya berprofesi sebagai seorang elekton tetapi karena adanya covid-19 dan sepi job maka dari itu mempunyai ide mendirikan kafe. Dalam hal ini, seharusnya bisa meningkatkan penjualan kafe yang saat itu sedang menurun. Proses pembukaan kedai kopi di pinggiran Bengawan Solo memunculkan ide untuk mengembangkan produk dengan nilai jual yang lebih tinggi. Memanfaatkan potensi yang ada di kawasan Bojonegoro, pemilik sendiri berinisiatif untuk meluncurkan kedai kopi dengan pemandangan Sungai Solo sebagai konsep utama kedai kopi tersebut.

Konsep semi outdoor dapat memberikan kesan lingkungan yang lebih luas dan nyaman. Anda juga bisa menikmati live music seperti pop dan dangdut. Seiring berjalannya waktu, Kafe Semilir terus berkembang dan banyak konsumen yang mengunjungi Kafe Semilir untuk menikmati produk yang ditawarkan dan konsep lingkungan yang nyaman. Menjadi ciri khas Kafe Semilir dengan kafe-kafe lainnya.

Struktural Organisasi

Susunan bagian-bagian dari setiap bagian dengan kedudukan dalam perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Jelaskan kegiatan kerja lainnya di dalamnya bagaimana bisnis, hubungan, dan aktivitas dibatasi. Struktur organisasi menggambarkan hubungan antar pendaftar.

Struktur organisasi adalah alat yang mendukung proses manajemen untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi memiliki pengaruh yang besar terhadap anggota. Dampak struktur organisasi terhadap kepuasan pelanggan sudah jelas. Bentuk struktur organisasi berbentuk organisasi garis dimana bentuk organisasi secara langsung menghubungkan atasan dan bawahan secara vertikal. Struktur organisasi internal kami adalah sebagai berikut:



Sumber: Kafe Semilir Bojonegoro

Gambar 1
Struktur Internal

Deskripsi pekerjaan dijelaskan sebagai berikut :

- Owner: Sebagai pemilik perusahaan atau instansi dan memberikan kepada pihak lain yang mampu untuk melaksanakan sesuai dengan perjanjian.
- Manajer: Pemimpin organisasi yang bertugas untuk mengatur, mengendalikan dan mengembangkan organisasi. Mengatasi masalah yang timbul dalam organisasi dan mengevaluasi kegiatan dalam organisasi.
- Leader: Melaksanakan serta mempertimbangkan kegiatan perbaikan atau parameter yang telah ditetapkan dalam organisasi.
- Waiters: Bertugas dalam bidang penyajian makanan dan minuman atau setidaknya menyampaikan hidangan kepada pengunjung.
- Kasir: Mengatur masuknya keuangan dalam perusahaan dan merekap keuangan perusahaan setiap harinya.
- Bartender: Membuat minuman sesuai pesanan pelanggan dan harus sesuai dengan standar perusahaan serta memberikan kepuasan kepada konsumen semaksimal mungkin.
- Kitchen: Memproduksi suatu pesanan makanan yang dipesan oleh konsumen dan bertanggung jawab atas semua produk dalam perusahaan.

Personalia

Jumlah Tenaga Kerja

Kafe Semiril memiliki 11 karyawan. Jumlah karyawan untuk setiap posisi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1
Jumlah Tenaga Kerja

No	Jabatan	Jumlah
1	Kasir	2
2	Waiters	3
3	Bartender	2
4	Kitchen	3

Sumber: Data Internal Kafe Semilir Bojonegoro

Hari dan Jam Kerja

Karyawan Kafe Semilir Bojonegoro bekerja setiap hari. Jam buka Kafe Semilir Bojonegoro adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Hari dan Jam Kerja

No	Hari	Jam Kerja
1	Senin – Kamis	13.00 – 00.00 WIB
2	Jum'at – Minggu	13.00 – 00.00 WIB

Sumber : Data Internal Kafe Semilir Bojonegoro

Visi dan Misi Kafe Semilir Bojonegoro

Perusahaan tentunya mempunyai visi dan misi sebagai tujuan awal pengembangan usaha.

Visi dan misi Kafe Semilir Bojonegoro adalah:

Visi : Menjadikan Kafe Semilir menjadi salah satu ikon pariwisata yang mampu dikenal oleh masyarakat lokal maupun mancanegara dengan mengusung keindahan dan menu khas dari Kafe Semilir. Selain itu sebagai wadah kreativitas masyarakat di Bojonegoro.

Misi : Misi Kafe Semilir yaitu menyediakan pengunjung dengan produk dan layanan dengan kualitas terbaik. Praktik operasional yang baik untuk mengelola makanan dan layanan serta menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Gambaran Umum Responden

a. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin konsumen Kafe Semilir Bojonegoro dapat digambarkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2
Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	66	34.7%
2	Perempuan	124	65.3%
	Jumlah		100%

Sumber: Data Primer Olahan

Berdasarkan tabel di atas, 124 responden perempuan (65,3%) dan 66 laki-laki (34,7%) menjawab kuesioner. Hal ini menjelaskan mengapa mayoritas responden yang menjawab survei adalah perempuan.

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Gambaran umum responden dapat dilihat berdasarkan usia konsumen Kafe Semilir Bojonegoro dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	15 – 20 tahun	33	17.4%
2	21 – 25 tahun	123	64.7%
3	26 – 30 tahun	15	7.9%
4	>30 tahun	19	10%
	Jumlah		100%

Sumber : Data Primer Olahan

Berdasarkan tabel diatas responden yang berusia 15 – 20 tahun sebanyak 33 responden (17,4 %), usia 21 – 25 tahun sebanyak 123 responden (64,7 %), usia 26 – 30 tahun sebanyak 15 responden (7,9 %), dan usia >30 tahun sebanyak 19 responden (10%).

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan**Tabel 4****Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	104	54.7%
2	Pegawai Swasta	34	17.9%
3	Pegawai Negeri	16	8.4%
4	Lainnya	36	18.9%
Jumlah			100%

Sumber: Data Primer Olahan

Berdasarkan tabel diatas responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 104 responden (54.7%), sebagai pegawai swasta sebanyak 34 responden (17.9%), sebagai pegawai negeri sebanyak 16 responden (8.4%), dan sebagai lainnya sebanyak 36 responden (18.9%).

Uji Instrumen**Uji Validitas**

Variabel Lingkungan Fisik (X1)

Tabel 5**Variabel Lingkungan Fisik (X1)**

Pernyataan	r tabel	r hitung	Sig.	Keterangan
X1.1	0.1424	0.828	0.000	Valid
X1.2	0.1424	0.805	0.000	Valid
X1.3	0.1424	0.763	0.000	Valid
X1.4	0.1424	0.743	0.000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan hasil uji validitas variabel lingkungan fisik, dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid, diketahui setiap pernyataan menghasilkan (r hitung) $> 0,1424$ (nilai r tabel df).

Variabel Kualitas Layanan (X2)**Tabel 6****Variabel Kualitas Layanan (X2)**

Pernyataan	r tabel	r hitung	Sig.	Keterangan
X2.1	0.1424	0.632	0.000	Valid
X2.2	0.1424	0.770	0.000	Valid
X2.3	0.1424	0.823	0.000	Valid
X2.4	0.1424	0.804	0.000	Valid
X2.5	0.1424	0.753	0.000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan hasil uji validitas variabel lingkungan fisik dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid, diketahui setiap pernyataan menghasilkan (r hitung) $> 0,1424$ (nilai r tabel df).

Variabel Kualitas Produk (X3)**Tabel 7****Variabel Kualitas Produk (X3)**

Pernyataan	r tabel	r hitung	Sig.	Keterangan
X3.1	0.1424	0.567	0.000	Valid
X3.2	0.1424	0.619	0.000	Valid
X3.3	0.1424	0.695	0.000	Valid
X3.4	0.1424	0.776	0.000	Valid
X3.5	0.1424	0.451	0.000	Valid
X3.6	0.1424	0.614	0.000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kualitas produk dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid karena didapatkan bahwa setiap pernyataan memberikan (r hitung) $> 0,1424$ (df r tabel).

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 8
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	r tabel	r hitung	Sig.	Keterangan
Y.1	0.1424	0.773	0.000	Valid
Y.2	0.1424	0.843	0.000	Valid
Y.3	0.1424	0.840	0.000	Valid
Y.4	0.1424	0.803	0.000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen didapatkan bahwa setiap pernyataan memberikan (r hitung) $> 0,1424$ (nilai df r tabel), maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Variabel Lingkungan Fisik (X1)

Tabel 9
Variabel Restoran Kualitas Layanan (X2)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kategori
Lingkungan Fisik (X1)	0.792	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Karena r tabel r hitung hasil perhitungan $0,60 < 0,792$ maka diketahui variabel lingkungan fisik (X1) dinyatakan reliabel. Nilai r hitung sebesar 0,792 menunjukkan bahwa nilai reliabilitas lebih besar atau sama dengan $> 0,792$ yang dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Hasilnya, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel lingkungan fisik dianggap handal.

Variabel Kualitas Layanan (X2)

Tabel 10
Variabel Restoran Kualitas Layanan (X2)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kategori
Kualitas Layanan (X2)	0.815	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Karena r tabel r hitung hasil perhitungan $0,60 < 0,815$ maka diketahui variabel kualitas pelayanan (X2) dinyatakan reliabel. Nilai r hitung sebesar 0,815 menunjukkan bahwa nilai reliabilitas lebih besar atau sama dengan $> 0,815$ yang diartikan menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi. Dengan demikian, instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dalam penelitian ini dianggap handal.

Variabel Kualitas Produk

Tabel 11
Variabel Kualitas Produk (X3)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kategori
Kualitas Produk (X3)	0.669	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Karena r tabel r hitung hasil perhitungan $0,60 < 0,669$ maka diketahui variabel kualitas produk (X3) dinyatakan reliabel. Nilai r hitung sebesar 0,669 menunjukkan bahwa nilai reliabilitas lebih besar atau sama dengan $> 0,669$ yang diartikan menunjukkan tingkat reliabilitas

yang tinggi. Hasilnya, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel kualitas produk dianggap handal.

Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 12

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kategori
Kepuasan Konsumen(Y)	0.831	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Karena r tabel r hitung hasil perhitungan $0,60 < 0,831$ maka diketahui variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel. Nilai r hitung sebesar 0,831 menunjukkan bahwa nilai reliabilitas lebih besar atau sama dengan $> 0,831$ yang diartikan menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi. Hasilnya, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur kepuasan konsumen dianggap reliabel.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 13

Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien		t	Sig.
	B	Std. Error		
Konstanta	2.580	0.994	2.596	0.010
Lingkungan Fisik	0.261	0.066	3.956	0.000
Kualitas Layanan	0.221	0.060	3.702	0.000
Kualitas Produk	0.219	0.040	5.493	0.000

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel di atas, nilai konstanta (α) adalah 2,580, nilai koefisien (β) adalah 0,261, nilai koefisien (c) adalah 0,221, dan nilai koefisien (d) adalah 0,219. Nilai-nilai ini dapat dilihat. sehingga menjadi ketika dimasukkan ke dalam persamaan regresi sederhana:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e_i$$

$$Y = 2,580 + 0.261.X_1 + 0.221.X_2 + 0.219.X_3 + e_i$$

Berikut adalah interpretasi model berdasarkan persamaan di atas:

- Kepuasan Konsumen diidentifikasi sebagai variabel dengan konstanta sebesar 2,580.
- Kepuasan konsumen terhadap sajian kuliner akan meningkat sebesar 26,1 skor untuk setiap peningkatan satu skor di lingkungan fisik. Sebaliknya Kepuasan Konsumen mengalami penurunan sebesar 26,1 poin jika Lingkungan Fisik mengalami penurunan sebesar 1 poin.
- Kepuasan konsumen terhadap sajian kuliner akan meningkat sebesar 22,1 poin untuk setiap peningkatan satu skor kualitas pelayanan. Sebaliknya Kepuasan Konsumen mengalami penurunan sebesar 22,1 poin jika Service Quality mengalami penurunan sebesar 1 poin.
- Kepuasan konsumen terhadap sajian kuliner akan meningkat sebesar 21,9 poin untuk setiap peningkatan satu skor kualitas produk. Sebaliknya, penurunan skor Kualitas Produk menghasilkan penurunan skor Kepuasan Konsumen sebesar 21,9 poin. mengalami penurunan sebesar 1 skor maka Kepuasan Konsumen mengalami penurunan sebesar 21,9 skor.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 14
Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.709	0.502	0.494	1.826

- a. Predictors : (Constant), Kualitas Produk, Lingkungan Fisik, Kualitas Layanan
b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Koefisien determinasi (R^2) memiliki besaran sebesar 0,494 atau 49,4%. Hal ini menunjukkan bahwa 49,4% variabel Y dapat dijelaskan oleh ketiga variabel X tersebut. Sedangkan variabel lain di luar persamaan regresi menyumbang sisanya ($100\% - 49,4\% = 50,6\%$).

Uji Asumsi Klasik

Tujuan uji asumsi tradisional adalah untuk memastikan keadaan data penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan model analisis yang sesuai dan menunjukkan kesesuaian dengan asumsi klasik. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik sebagai berikut:

Uji Multikolinearitas

Menurut temuan, variabel independen diperkirakan tidak terpengaruh oleh multikolinearitas jika nilai tolerance atau nilai VIF kurang dari 10 atau lebih besar dari 0,10. Tabel berikut menampilkan hasil pengujian:

Tabel 15

Uji Multikolinearitas

No	Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Lingkungan Fisik	0.602	1.662	Non-Multikolinearitas
2	Kualitas Layanan	0.503	1.988	Non-Multikolinearitas
3	Kualitas Produk	0.724	1.380	Non-Multikolinearitas

Sumber : Lampiran 5

Nilai variabel lingkungan fisik (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kualitas produk (X_3) menunjukkan non multikolinearitas yang dibuktikan dengan nilai tolerance lebih besar dari 0,05 dan nilai VIF kurang dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Dapat dipastikan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas atau t-tabel t-hitung t-tabel dari hasil pengujian sebagaimana tabel berikut jika nilai signifikan lebih besar dari nilai (0,05) untuk menguji heteroskedastisitas:

Tabel 16

Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel Bebas	t hitung	Sig.	Keterangan
1	Lingkungan Fisik	-0.063	0.504	Tidak ada heteroskedastisitas
2	Kualitas Layanan	-0.041	0.690	Tidak ada heteroskedastisitas
3	Kualitas Produk	-0.0142	0.093	Tidak ada heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran 6

Lingkungan Fisik (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) semuanya memiliki nilai signifikansi 0,093, 0,690, dan 0,504. Lingkungan Fisik (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) semuanya memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,283, 0,940, dan 0,157 yang menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas pada model regresi berdasarkan dasar pengambilan keputusan. dalam tes Glejser. Dasar pengambilan keputusan Uji Glejser menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki heteroskedastisitas karena tingkat signifikansinya di atas 0,05.

4. KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji sejauh mana kepuasan pelanggan Kafe Semilir Bojonegoro dipengaruhi oleh lingkungan fisik, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Berikut ini adalah temuan penelitian ini, seperti yang diambil dari bab 4 analisis dan pembahasan hasil penelitian:

a. Berdasarkan Uji Regresi Linier Berganda didapatkan hasil dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + ei$$

$$Y = 2.580 + 0.261.X_1 + 0.221.X_2 + 0.219.X_3 + ei$$

Variabel lingkungan fisik, kualitas produk, dan kepuasan konsumen semuanya diwakili oleh angka signifikan dalam persamaan tersebut di atas. Berikut ini adalah interpretasi dari persamaan di atas:

β_1 = Nilai sebesar 0,261 menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi secara positif oleh variabel Lingkungan Fisik (X1). Kepuasan Konsumen akan naik sebesar 0,261 jika nilai Lingkungan Fisik (X1) naik satu poin, selama variabel independen lainnya konstan.

β_2 = Nilai sebesar 0,221 menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi secara positif oleh variabel Kualitas Pelayanan (X2). Dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan, Kepuasan Konsumen akan naik sebesar 0,221 jika nilai Kualitas Pelayanan (X2) naik satu poin.

β_3 = Nilai sebesar 0,219 menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi secara positif oleh variabel Kualitas Pelayanan (X2). Dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan, Kepuasan Konsumen akan naik sebesar 0,219 jika nilai Kualitas Pelayanan (X2) naik satu poin.

b. Koefisien Determinasi R^2

Nilai Adjusted R Square yang dihitung menggunakan program SPSS sebesar 0,494 atau 49,4 persen. Artinya variabel Lingkungan Fisik (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) mampu menjelaskan 49,4 persen terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dan sisanya 50,6 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak menjadi bagian dari model.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Keluaran hasil perhitungan pada tabel menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Fisik (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) tidak mengalami multikolinieritas apabila semua nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,05 . Hal ini terlihat dari hasil uji multikolinearitas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Keluaran hasil perhitungan pada tabel menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Fisik (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) tidak mengalami multikolinieritas apabila semua nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,05 . Hal ini terlihat dari hasil uji multikolinearitas.

REFERENSI

Afandi, M. R. 2019. Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira *Cafe& Pool* Pontang Ambulu Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4, 81.

- Amstrong, & Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas, Jilid 2.
- Asnawi, N., & Masyuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Bitner, M.1992. Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee reponses. *Journal Of Marketing*, vol. 54, 69-82.
- Creswell, J. (2016). *Research Design* Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit : Pustaka Pelajar.
- Damayanti, N., Wadud, M., & Roswaty. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen pada *CafeUnsilent* Palembang. *Jurnal Bisnis, Manajemen,danEkonomi*.
- Darmaji, D. A.2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Quick Chicken Indonesia Cabang Genteng Banyuwangi.
- Daryanto.2013. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (cetakan 2). Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Faradisa, I., Budi, L., & Minarsih, M. 2016. Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal Of Management*, 2.
- Ghozali, Imam.2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* . Semarang: Universitas Diponegoro.
- Huriyati, R. (2014). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*.
- Irawan, G. 2020. Pengaruh Kualitas Makanan, Dinning Atmosphere, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Srengenge Wetan Banyuwangi. 1.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Edisi 13. Jilid 1. Penerbit : Erlangga.
- Kotler, P. 2012. *Manajemen pemasaran*. (T. Hendra, & R. A. Rusli, Trans.) Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., Keller, & Lane, K. 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi Keduabelas)*. jakarta: PT Indeks.
- Kristanto, J. O. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Cafe One Eighteenth Coffee*. 16.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember.

- Lestari, A. 2021. Pengaruh Kualitas Makanan Dan Lingkungan Fisik Terhadap Minat Beli Ulang Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Cepat Saji. 13.
- Lovelock, C., & Wright, L. 2002. *Principles of Service Marketing and Management*. New Jersey, Upper Saddle River,: Prentice Hall Inc.
- Lukman, A. 2016. *Industri Makanan Dan Minuman Indonesia Butuh Insentif*. Retrieved from Artikel: <http://www.industry.co.id/read/414/adhi-slukman-industri-makanan-dan-minuman-indonesia-butuh-insentif-dancluster-industry>.
- Martiana, R., & Apriani, S. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Cafe Deumdee* Rangkasbitung. *Journal of Management Studies*, Vol. 6 No.2.
- Mufidah, L. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Jukung, Jembrana-Bali.
- Muiz, M., Rachma, N.,& Slamet, A. R. 2019. Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsuemen. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.
- Nurhayati, S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Produk, dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pad Resto Secret Coffee And Chocolate Yogyakarta).
- Parasuraman, A., Berry, L., Zeithaml, & Valarie, A. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (Spring), 12-40.
- Putra, F. F. 2021. Analisis Pengaruh Physical Environment Terhadap Minat Beli Konsumen Di *Cafe Suntime* Area Kota Situbondo.
- Putra, V. S. 2018. Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Peayanan, dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Perilaku Pembelian Ulang Pelanggan (Pad Pelanggan Restoran Soto Lamongan Cak Har Di Surabaya). *Jurnal Riset Manajerial*, No.2.
- Putri, A. E. 2018. PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Konsumen *Cafe Deduren Singosari*).
- Salsabilah, T., & Sunarti. 2018. Pengaruh food quality, dinning atmosphere, dan kesesuaian harga secara bersama-sama dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54.
- Sari, R. K. 2019. Pengaruh harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6, 107-116.
- Sinambela, R. Y., & Hermani DS, A. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada *Portobello Cafe Semarang*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 231-240.

- Stefen, Y., & Efendi. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik, dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kampoeng Kita. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 10 No. 2.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. V. 2015. *Metode Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukmawati, R. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Volume 7, Nomor 2.
- Tjiptono, F. 2008. *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umamah, B. 2018. The Effect Of Physical Environment, Country of Origin, and Sales Promotion On Repurchase Intention Of Mc Donal's Product.
- Yang, & Peterson. 2016. *Customer Preceived Value,, Satisfaction, and Loyalty*. The Role of Switching Costs.