

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN VARIASI MENU  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMODERASI OLEH  
ATMOSFER CAFE NIWA CANTING**

**Scorina Dwiantari<sup>1)</sup>, Irene Nathalia Setiawan<sup>2)</sup>, Bambang Heriawan<sup>3)</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

E-mail: scorina@usm.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

E-mail: irene@usm.ac.id

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

E-mail: bambang.heriawan@usm.ac.id

***Abstract***

*The growth of the culinary business is increasing in line with the growth of people's lifestyles, work patterns, and income increases, especially in communities close to urban areas. Hanging out in cafes has become a habit for Indonesian people. This finally encourages business people to pioneer a business in the culinary field in the form of cafes. By creating an attractive café atmosphere, the service that consumers can expect and a complete variety of menus will cause satisfaction in the hearts of consumers so that consumers can revisit repeatedly. The purpose of this study is to find out how much influence the quality of service and menu variety moderated by the café atmosphere on consumer satisfaction. The sampling technique uses purposive sampling. Data collection method using questionnaire and data analysis technique using Smart PLS*

***Keywords :*** Service Quality, Cafe Atmosphere, Menu Variety, Satisfaction user

**1. PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, banyak usaha kuliner yang bermunculan. Seiring berubahnya gaya hidup dan kebiasaan kerja masyarakat serta meningkatnya pendapatan, pertumbuhan restoran pun semakin cepat, terutama di area yang dekat dengan kawasan kota besar. Menghabiskan waktu di kafe sudah menjadi kebiasaan orang Indonesia. Praktik ini lahir dari perubahan gaya hidup masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhan makanan dan minuman mereka dengan cara praktis. Hal ini pada akhirnya mengarahkan pengusaha untuk memulai bisnis kuliner dalam bentuk kafe. Fenomena yang diamati adalah pesatnya perkembangan industri kedai kopi di Indonesia dan banyak bermunculan kedai kopi baru dengan berbagai konsep. Ketika banyak bermunculan kedai kopi baru maka tingkat persaingan pun akan tinggi. Kafe yang tidak kuat akan mudah dikalahkan oleh kompetitor. Kedai kopi sekarang menjadi tren gaya hidup bagi kaum milenial. Kedai kopi dianggap sebagai tempat untuk makan atau sekadar minum dan dapat memberikan suasana santai yang diperlukan. Kedai kopi bisa menjadi tempat bersantai bersama teman atau keluarga, bersosialisasi dengan rekan bisnis dan beberapa orang bahkan datang untuk menikmati suasana kesendirian. (Sihombing, Arifin, & Maryono, 2021).

Dengan menciptakan suasana kedai kopi yang menarik maka dapat menarik minat pelanggan terhadap kedai kopi tersebut dan kemudian dengan didukung kualitas pelayanan dapat terciptanya kepuasan pelanggan. Jika konsumen merasa puas, mereka mungkin akan melakukan pembelian di masa depan, dan mereka yang merasa puas mungkin akan melakukan pembelian. menjadi pelanggan tetap kedai kopi tersebut. (Sholihah, 2020) Suasana kafe penting untuk menciptakan suasana yang nyaman dan mendukung semua pengaturan seperti penempatan kursi dan meja yang tepat, dekorasi, hiburan musik, Wi-Fi, dan berbagai fasilitas lain yang mendukung

desain interior. Ini adalah bagiannya. Ada juga berbagai fasilitas lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk menarik minat konsumen untuk datang ke kafe tersebut.

Kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh suasana kafe, tetapi juga jenis makanan yang tersedia. Keberagaman produk menyebabkan beragamnya pilihan bagi konsumen. Keanekaragaman produk sendiri merupakan kedalaman, keluasan dan kualitas produk yang ditawarkan, serta kelengkapan produk dalam hal ketersediaan produk setiap saat di kafe. (Permana, Yusnita, Lestari, 2022). Keragaman menu yang ditawarkan sebuah kafe merupakan hal yang menjadi pertimbangan konsumen saat berkunjung. Oleh karena itu, pemilik kafe diharapkan dapat menyediakan menu yang beragam dan tidak monoton agar konsumen tidak merasa bosan atau merasa kafanya tidak memiliki hal yang istimewa dibandingkan dengan kafe sejenis. (Tondan, Nasution, dan Dharma, 2023). Dalam industri katering, variasi menu merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan dan menjadi kekuatan serta ciri khas utama sebuah kafe. Menu yang beragam dan berkualitas tinggi akan menarik minat pengunjung dan membuat mereka kembali lagi. (Permana, Yusnita, & Lestari, 2022).

Kualitas layanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap layanan yang sebenarnya diterima dengan layanan yang sebenarnya mereka harapkan/inginkan dan karakteristik layanan bisnis untuk menyelenggarakan acara di kafe. Kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan apabila pelayanan yang diterima atau dipersepsikan sesuai dengan harapan. Apabila pelayanan yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan bermutu tinggi. (Rooroh, Moniharapon, dan Loindong, 2020). Kualitas layanan yang baik akan mendorong pelanggan untuk memilih produk dan layanan suatu perusahaan, sehingga memperluas pangsa pasar perusahaan. (Hilaliya, Jawahir, & Susirowati, 2017).

Kepuasan pelanggan selalu menjadi keharusan bagi setiap pelaku ekonomi, terutama di sektor kafe, dan harus diperhatikan ketika menjalankan kegiatan bisnis. Saat ini, banyak usaha kafe semakin menyadari pentingnya kepuasan pelanggan dan mengembangkan strategi untuk mempertahankannya. Kepuasan pelanggan bergantung pada banyak faktor. Kafe dan restoran tidak hanya dinilai berdasarkan rasa makanan dan minuman yang disajikan, tetapi juga berdasarkan variasi menu, suasana kafe, layanan yang baik, dan harga yang wajar. Dan itu sejalan dengan apa yang ingin ditelusuri oleh penulis: dampak hal-hal ini terhadap kepuasan konsumen. Café Niwa Canting adalah salah satu kafe yang mengutamakan kepuasan pelanggan. Niwa Canting Cafe berlokasi di Jalan Sumberejo Rt 02 Rw 05, Meteseh, Tembalang, Semarang. Niwa Canting Café menyajikan berbagai macam masakan. Menu yang ditawarkan merupakan menu kafe populer yang digemari semua kalangan. Kafe Niwa Canting punya suasana santai dan nyaman yang akan membuat Anda betah berlama-lama di sana. Di Café Niwa Canting, kami terus bersaing dengan kafe-kafe di sekitar. Canting niwa kerap digunakan pada acara-acara semacam itu, meski pun di tempat yang tidak strategis. Pelanggan senang dan berulang-ulang untuk menyelenggarakan acara di cafe tersebut.

**Tabel 1**  
**Data Jumlah Pengunjung**

No	Bulan	2023
1	Januari	600
2	Februari	725
3	Maret	900
4	April	335
5	Mei	805

6	Juni	590
7	Juli	880
8	Agustus	885
9	September	855
10	Oktober	150
11	Nopember	700
12	Desember	925

Data primer yang diolah, 2024

Dari data terlihat sangat jelas adanya peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung yang datang ke cafe Niwa Canting di tahun 2023. Dari data pengunjung memperlihatkan fluktuatif, januari hingga maret 2023 meningkat tetapi bulan april turun hanya 335 pengunjung, bulan mei naik 805 tetapi bulan juni turun menjadi 590 pengunjung.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel independen yaitu kualitas layanan dan variasi menu terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen dengan variabel moderasi yaitu atmosfer cafe. Penelitian ini menggunakan angka-angka yang diolah melalui analisis statistik. Desain penelitian ini menggunakan studi pengujian hipotesis yang bertujuan untuk menganalisis, mendeskripsikan dan mendapatkan bukti pengaruh kualitas layanan, atmosfer cafe dan variasi menu terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Niwa Canting.

### Variabel Kepuasan Konsumen

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003:86), kepuasan konsumen merupakan “customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation.” Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan.

### Variabel Kualitas Layanan

Tjiptono (2005) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

### Variabel Variasi Menu

Kotler, (2002) bahwa variasi menu adalah menyediakan berbagai jenis produk kreatif yang berbeda dengan pesaing lain yang ditawarkan kepada konsumen untuk diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi oleh pelanggan yang dihasilkan oleh suatu produsen.

### Variabel Atmosfer Cafe

Sopiah dan Syihabudhin (2008:148) menyatakan bahwa suasana cafe dapat menjadi faktor yang berpengaruh bagi konsumen dalam berkunjung dan kemudian membeli di toko. Bahkan banyak konsumen yang mengunjungi cafe karena mereka tertarik dan menyukai suasana yang ada di dalamnya, karena yang mereka perhatikan tidak hanya apa jasa ataupun barang yang ditawarkan, akan tetapi mereka juga memberikan perhatian terhadap lingkungan tempat mereka melakukan pembelian.

Obyek penelitian merupakan penggambaran wilayah penelitian atau sasaran penelitian secara valid, yang meliputi karakter suatu wilayah, sejarah perkembangan, struktur organisasi, tugas pokok dan fungsi lainnya. Obyek dalam penelitian ini adalah Konsumen Cafe Niwa Canting Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen cafe Niwa Canting Semarang. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan perkalian parameter yang diestimasi dikalikan 5 – 10 kali (Ferdinand, 2014). Rumus  $10 \times \text{jumlah indikator}$ . Dalam penelitian ini jumlah sampelnya yaitu 200 responden yang diperoleh dari  $10 \times 20 \text{ indikator} = 200 \text{ sampel}$ . Jumlah tersebut sesuai dengan rekomendasi untuk mencapai Maximum Likelihood yaitu dengan rentang 100 – 200 sampel. Dengan kriteria konsumen adalah Usia Produktif 17 – 50 tahun, lebih dari 2 kali berkunjung ke cafe Pandawa. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan hasil jawaban konsumen. Kuesioner berisi daftar pertanyaan kepada konsumen cafe Niwa canting sesuai kriteria yang telah ditentukan. metode dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner melalui skala Likert. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan SMART-PLS 4.0 yang telah terbukti baik untuk menguji multivariat model, ukuran sampel kecil, indikator formatif/reflektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Menu terhadap Kepuasan konsumen dengan dimoderasi oleh variabel Atmosfir Cafe.

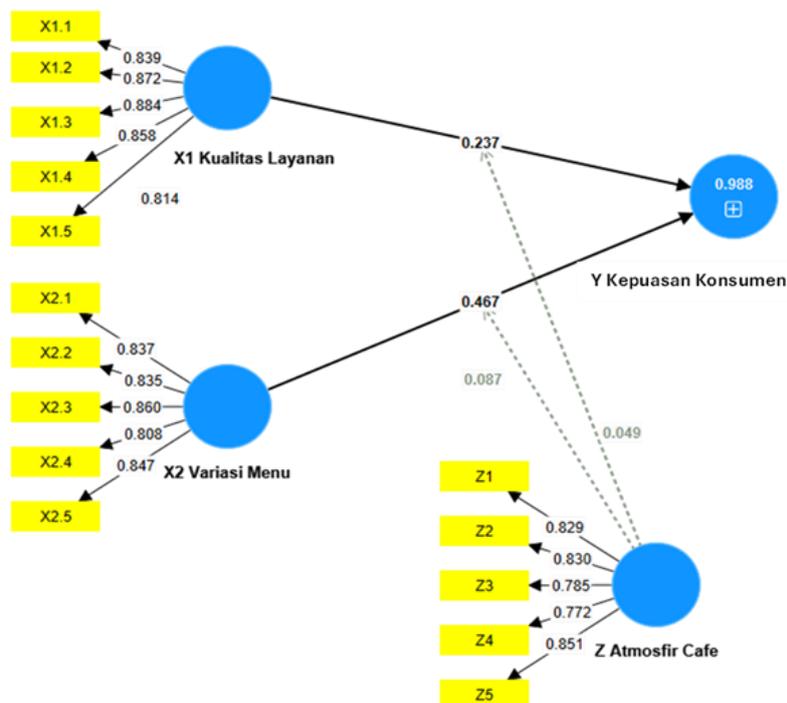
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil penelitian

##### Pengujian Model Measurement (Outer Model)

##### Uji Validitas

##### a. Convergent Validity



Gambar Outer Model

**Tabel 2**  
**Nilai Outer Loading dari keseluruhan Variabel**

Variabel	Kode Indikator	Outer Loading Value	Syarat	Keterangan
X1 Kualitas Layanan	X1.1	0.839	> 0,7	<b>Valid</b>
	X1.2	0.872	> 0,7	<b>Valid</b>
	X1.3	0.884	> 0,7	<b>Valid</b>
	X1.4	0.858	> 0,7	<b>Valid</b>
	X1.5	0.814	> 0,7	<b>Valid</b>
X2 Variasi Menu	X2.1	0.837	> 0,7	<b>Valid</b>
	X2.2	0.835	> 0,7	<b>Valid</b>
	X2.3	0.860	> 0,7	<b>Valid</b>
	X2.4	0.808	> 0,7	<b>Valid</b>
	X2.5	0.847	> 0,7	<b>Valid</b>
Z Atmosfir Cafe	Z1	0.829	> 0,7	<b>Valid</b>
	Z2	0.830	> 0,7	<b>Valid</b>
	Z3	0.785	> 0,7	<b>Valid</b>
	Z4	0.772	> 0,7	<b>Valid</b>
	Z5	0.851	> 0,7	<b>Valid</b>
Y Kepuasan konsumen	Y1.1	0.793	> 0,7	<b>Valid</b>
	Y1.2	0.829	> 0,7	<b>Valid</b>
	Y1.3	0.765	> 0,7	<b>Valid</b>
	Y1.4	0.759	> 0,7	<b>Valid</b>
	Y1.5	0.847	> 0,7	<b>Valid</b>

Data Primer Yang Diolah, 2024

Dari tabel dan gambar dapat dilihat bahwa seluruh nilai Outer Loading dari masing-masing indikator di dalam variabel bernilai di atas 0.7. Hal ini membuktikan bahwa seluruh indikator variabel Kualitas Layanan, Variasi Menu, Kepuasan konsumen, dan Atmosfir Cafe yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi convergent validity.

b. Discriminant Validity

**Tabel 3**  
**Nilai Cross Loading dari Setiap Variabel dan Konstruk Model Penelitian**

Indikator	X1 Kualitas Layanan	X2 Variasi Menu	Z Atmosfir Cafe	Y Kepuasan konsumen
X1.1	<b>0.839</b>	0.779	0.199	0.658
X1.2	<b>0.872</b>	0.755	0.147	0.634
X1.3	<b>0.884</b>	0.791	0.160	0.662
X1.4	<b>0.858</b>	0.767	0.121	0.628
X1.5	<b>0.814</b>	0.720	0.215	0.638
X2.1	0.736	<b>0.837</b>	0.029	0.572

X2.2	0.747	<b>0.835</b>	-0.089	0.498
X2.3	0.806	<b>0.860</b>	0.050	0.598
X2.4	0.735	<b>0.808</b>	0.099	0.585
X2.5	0.713	<b>0.847</b>	-0.014	0.536
Z1	0.157	0.013	<b>0.829</b>	0.601
Z2	0.212	0.053	<b>0.830</b>	0.610
Z3	0.078	-0.058	<b>0.785</b>	0.550
Z4	0.145	-0.004	<b>0.772</b>	0.561
Z5	0.200	0.073	<b>0.851</b>	0.650
Y1.1	0.607	0.562	0.559	<b>0.793</b>
Y1.2	0.636	0.546	0.610	<b>0.829</b>
Y1.3	0.531	0.459	0.588	<b>0.765</b>
Y1.4	0.593	0.570	0.508	<b>0.759</b>
Y1.5	0.645	0.537	0.653	<b>0.847</b>

Data Primer Yang Diolah, 2024

Dari tabel terlihat bahwa nilai korelasi konstruk dengan indikatornya lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi dengan konstruk variabel lainnya. Indikator sudah sesuai dengan blok variabelnya yaitu Kualitas Layanan, Variasi Menu, Atmosfir Cafe, dan Kepuasan konsumen, memiliki nilai Outer Loading yang lebih tinggi daripada nilai Outer Loading di konstruk lainnya.

**Tabel 4**  
**AVE (Average Variance Extraction) Model Penelitian**

Variabel	<i>AVE Value</i>	<i>Standar AVE</i>
X1 Kualitas Layanan	0.729	0.5
X2 Variasi Menu	0.701	0.5
Y Kepuasan konsumen	0.639	0.5
Z Atmosfir Cafe	0.662	0.5

Data Primer Yang Diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai AVE dari model penelitian. Dapat dilihat dari tabel tersebut bahwa AVE Value untuk semua variabel penelitian telah bernilai di atas 0.5 sehingga nilai AVE untuk pengujian discriminant validity sudah memenuhi untuk pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

**Tabel 5**  
**Nilai Reliability dari Model Penelitian**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
X1 Kualitas Layanan	0.907	0.931
X2 Variasi Menu	0.894	0.921
Y Kepuasan konsumen	0.858	0.898
Z Atmosfir Cafe	0.872	0.907

Data Primer Yang Diolah, 2024

Tabel di atas merupakan tabel nilai *composite reliability* dari model penelitian. Tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki nilai *composite reliability* di atas 0.7. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **model penelitian telah memenuhi nilai dari *cronbach's alpha* dan telah memenuhi kriteria Reliabilitas.**

**Pengujian Struktural Model (*Inner Model*)**

**Uji Koefisien Determinasi / R Square ( $R^2$ )**

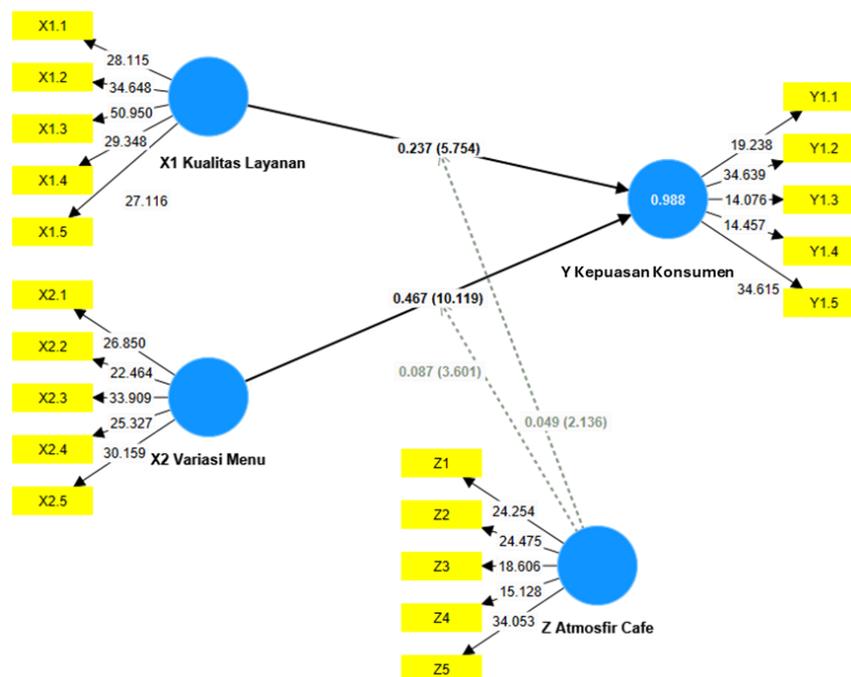
**Tabel 6**  
**Nilai R Square ( $R^2$ ) dari Model Penelitian**

Variabel	R-square	R-square adjusted
<b>Y Kepuasan konsumen</b>	0.988	0.988

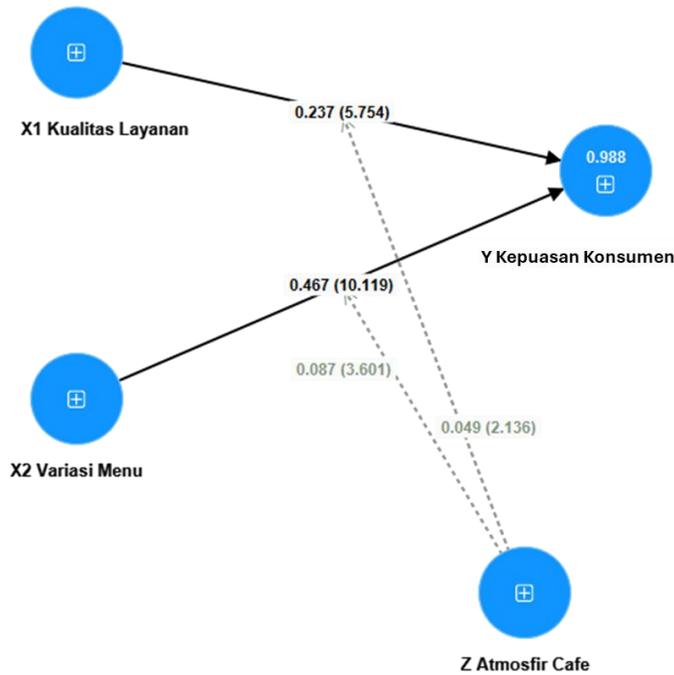
Data Primer Yang Diolah, 2024

Dilihat pada Tabel hubungan antar konstruk berdasarkan nilai *R-square Adjusted* Kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,988 hal ini menunjukkan bahwa 98,8% variabel Kepuasan konsumen (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel Kualitas Layanan, Variasi Menu, Atmosfir Cafe, dan variabel moderasinya.

**Uji Hipotesis**



**Gambar Model koefisien jalur dan *t Statistics* Model Penelitian**



**Gambar Model koefisien jalur dan t Statistics Struktural Penelitian**

Pengujian hipotesis antar konstruk dilakukan dengan metode *resampling bootstrap*. Perhitungan Uji hipotesis dengan menggunakan *SmartPLS 4.0.4* dapat dilihat dari nilai *Path Coefficient*, yaitu nilai t-statistik dari hubungan antar variabel dalam penelitian statistik uji t dengan menggunakan rumus atau dengan menggunakan *SmartPLS 4.0.4* dapat dilihat dari perbandingan antara nilai uji t dengan nilai pada t sebesar **1.96** dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05. Cara pengambilan keputusan adalah:

- Jika *P-Values* > 0,05 atau t hitung < 1,96, Ho diterima dan Ha ditolak.
- Jika *P-Values* < 0,05 atau t hitung > 1,96, Ho ditolak dan Ha diterima.

**Tabel 7**  
**Nilai Path Coefficient, t-Statistics, dan P-Values**

Hubungan Antar Konstruk	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
<b>Pengaruh Langsung</b>				
X1 Kualitas Layanan -> Y Kepuasan konsumen	0.237	5.754	0.000	<b>Berpengaruh Positif</b>
X2 Variasi Menu -> Y Kepuasan konsumen	0.467	10.119	0.000	<b>Berpengaruh Positif</b>
Z Atmosfir Cafe -> Y Kepuasan konsumen	0.728	17.552	0.000	<b>Berpengaruh Positif</b>
Z Atmosfir Cafe x X1 Kualitas Layanan -> Y Kepuasan konsumen	0.087	3.601	0.000	<b>Berpengaruh Positif</b>
Z Atmosfir Cafe x X2 Variasi Menu -> Y Kepuasan konsumen	0.049	2.136	0.033	<b>Berpengaruh Positif</b>

Data Primer Yang Diolah, 2024

### 3.2. Pembahasan

Persamaan Struktural:

$$Y = 0,237 X_1 + 0,467 X_2 + 0,728 Z + 0,087 X_1 * Z + 0,049 X_2 * Z + e;$$

#### **Terdapat Pengaruh Kualitas Layanan secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan tabel 4.11, diketahui nilai t statistics sebesar 5,754 yang lebih besar dari nilai t 1,96, dan nilai P-Values = 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , artinya  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh dari variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai coefficient adalah positif yaitu sebesar 0,237 artinya variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif atau meningkatkan terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 23,7%. Dengan demikian hipotesis  $H_1$  dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen” diterima.

#### **Terdapat Pengaruh Variasi Menu secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan tabel 4.11, diketahui nilai t statistics sebesar 10,119 yang lebih besar dari nilai t = 1,96, dan nilai P-Values = 0,0000 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , artinya  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh dari variabel Variasi Menu terhadap Kepuasan konsumen. Nilai coefficient adalah positif yaitu sebesar 0,467 artinya variabel Variasi Menu berpengaruh positif atau meningkatkan terhadap variabel Kepuasan konsumen sebesar 46,7%. Dengan demikian hipotesis  $H_2$  dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen” diterima.

#### **Terdapat Atmosfir Cafe secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan tabel 4.11, diketahui nilai t statistics sebesar 17,552 yang lebih besar dari nilai t 1,96, dan nilai P-Values = 0,0000 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , artinya  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh dari variabel Atmosfir Cafe terhadap Kepuasan konsumen. Nilai coefficient adalah positif yaitu sebesar 0,728 artinya variabel Atmosfir Cafe berpengaruh positif atau meningkatkan terhadap variabel Kepuasan konsumen sebesar 72,9%. Dengan demikian hipotesis  $H_3$  dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Atmosfir Café berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen” diterima.

#### **Terdapat Pengaruh Kualitas Layanan secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Atmosfir Café sebagai variabel Moderasi**

Berdasarkan tabel 4.11, diketahui nilai t statistics sebesar 3,601 yang lebih besar dari nilai 1,96, dan nilai P-Values = 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , artinya  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh dari variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan konsumen dengan Atmosfir Café sebagai variabel moderasi. Nilai coefficient adalah positif yaitu sebesar 0,087 artinya variabel Atmosfir Café sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh dari Kualitas Layanan terhadap variabel Kepuasan konsumen sebesar 8,7%. Dengan demikian hipotesis  $H_4$  dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Atmosfir Café memoderasi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan konsumen” diterima.

### **Terdapat Pengaruh Variasi Menu (X2) secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan Atmosfir Café sebagai variabel Moderasi**

Berdasarkan tabel 4.11, diketahui nilai t statistics sebesar 2,136 yang lebih besar dari nilai 1,96, dan nilai P-Values = 0,033 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , artinya  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh dari variabel Variasi Menu terhadap Kepuasan konsumen dengan Atmosfir Café sebagai variabel moderasi. Nilai coefficient adalah positif yaitu sebesar 0,049 artinya variabel Atmosfir Café sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh dari Variasi Menu terhadap variabel Kepuasan konsumen sebesar 4,9%. Dengan demikian hipotesis  $H_5$  dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Atmosfir Café memoderasi Variasi Menu terhadap Kepuasan konsumen” diterima.

#### **4. KESIMPULAN**

Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen, ditunjukkan dengan demikian hipotesis  **$H_1$  diterima**. Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis  **$H_2$  diterima**. Atmosfir Cafe berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis  **$H_3$  diterima**. Atmosfir Café memoderasi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis  **$H_4$  diterima**. Atmosfir Café memoderasi Variasi Menu terhadap Kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis  **$H_5$  diterima**.

Kualitas layanan hendaknya ditingkatkan agar pengunjung cafe Niwa Canting merasakan puas dengan pelayanan yang diberikan. Diharapkan menambah variasi menu baru sehingga pengunjung tertarik dengan adanya beberapa pilihan menu. Pemilik hendaknya terus mempertahankan suasana cafe yang kondusif sehingga pengunjung merasakan nyaman berlama-lama berada di cafe.

#### **5. UCAPAN TERIMA KASIH**

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadlirat Allah SWT dan mengharapkan ridho yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan Judul: “Pengaruh Kualitas Layanan dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimoderasi Oleh Atmosfer Cafe (Survey Pada Konsumen Cafe Niwa Canting)”, terima kasih juga kepada pihak yang telah memberikan bantuan untuk penyelenggaraan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardane, N., Wijaya, N. S., & Dewi, L. K. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN PADA SCOOT FAST CRUISES DI BALI. *Jurnal IPTA*, Vol. 5 No. 1.
- Makarueh, J., Rohaetin, S., & Erang, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café About Something Palangka Raya. *Edunomics Journal*, Vol. 3 (1), 17-21.
- Adnan. (2020, Maret). Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe). *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, Volume 9, Nomor 1, 15-25.

- ardiansyah, F., & Aprianti, K. (2020, Desember ). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTIN YUANK KOTA BIMA. *JURNAL BRAND, Volume 2 No. 2*.
- Budiarto , D. N., & Suhermin. (2018, April). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STORE ATMOSPHERE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 7, Nomor 4*.
- Hilaliyah, S. A., Djawahir, A. H., & Susilowati, C. (2017, Juni). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK YANG DI MODERASI OLEH SUASANA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Mahasiswa Pelanggan Kafe Ria Djenaka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No.2, 172-187*.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika, Vol. 17No.4, Januari*.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021, September). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, Vol. 2, No. 3*.
- Makarueh, J., Rohaetin, S., & Erang, D. (2022, Januari). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café About Something Palangka Raya. *Edunomics Journal, Vol. 3 (1), 17-21*.
- Marcheliananda, C., Purwanto, H., & Ari Kadi, D. C. (2023, Agustus). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, RAGAM MENU, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SEMESTA CAFE CARUBAN. *SIMBA : SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 5*.
- Permana, A. E., Yusnita, R. T., & Lestari, S. P. (2022, September). Pengaruh Variasi Menu Dan Atmosfer Café Terhadap Keunggulan Bersaing (Survei Pada Konsumen Volkswagen Café di Tasikmalaya). *Journal of Indonesian Management, Vol. 2 No. 3 , 719 –726*.
- Putri, S. S., & Bharata, W. (2024). PENGARUH VARIASI MENU DAN DESAIN INTERIOR TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN CAFE PIZZAKU MUARA BADAQ. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting, Volume 7 Nomor 4*.
- Rooroh, C. A., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. (2020, Oktober). PENGARUH SUASANA CAFE, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO). *Jurnal EMBA, Vol.8 No.4 , 130-139*.

- Sholihah, I. A. (2020). PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE MERDEKA NGANJUK. *Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.
- Sianturi, G. A., Muliani, L., & Sari, H. P. (2021, September). PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RAGUSA ES KRIM ITALIA. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, Vol 3, No. 1, 35-49.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono. (2021, Januari). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, Vol.1, No.1, 26-33.
- Tondang, G. A., Nasution, M. I., & Dharma, B. (2023, Juni). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Volume 6 Nomor 1.
- Zogara, R. Y., Augustinah, F., & Ferriswara, D. (2023, November). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN DESAIN INTERIOR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI EICY CAFE SURABAYA. *SAB*.