

VETRICK NAINGGOLAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA CAFE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI LABERS COFF...

 Yayasan Vitka

Document Details

Submission ID

trn:oid::7704:124059566

Submission Date

Dec 9, 2025, 8:41 AM GMT+7

Download Date

Dec 9, 2025, 9:13 AM GMT+7

File Name

BAB 1-5 vetrick.doc

File Size

969.7 KB

85 Pages

12,701 Words

80,884 Characters

48% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 34%  Internet sources
- 30%  Publications
- 44%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

34%  Internet sources
30%  Publications
44%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Submitted works	Universitas Mulawarman on 2021-04-05	1%
2	Internet	repository.ub.ac.id	1%
3	Internet	repository.uin-suska.ac.id	1%
4	Submitted works	vitka on 2024-12-06	<1%
5	Internet	repositori.uma.ac.id	<1%
6	Publication	Bashirov, Intigam. "Musteri Deneyimi yönetiminin musterî Memnuniyeti Ve Mark...	<1%
7	Internet	repository.usni.ac.id	<1%
8	Submitted works	Universitas Muria Kudus on 2024-11-13	<1%
9	Internet	ecampus.uinmybatusangkar.ac.id	<1%
10	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2017-02-24	<1%
11	Submitted works	vitka on 2022-04-11	<1%

12	Submitted works	vitka on 2024-06-11	<1%
13	Internet	repository.unissula.ac.id	<1%
14	Submitted works	LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II on 2025-06-10	<1%
15	Internet	docobook.com	<1%
16	Internet	repository.metrouniv.ac.id	<1%
17	Internet	penerbitgoodwood.com	<1%
18	Submitted works	STIE Mahardhika on 2025-07-25	<1%
19	Submitted works	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-07-02	<1%
20	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2023-05-28	<1%
21	Submitted works	Universitas Sains Alquran on 2024-07-19	<1%
22	Publication	Turgut, Nurgül. "Öğretmenlerin örgütsel güven ve örgütsel destek algıları ile örg...	<1%
23	Submitted works	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya on 2019-07-24	<1%
24	Internet	repository.unigoro.ac.id	<1%
25	Publication	Wangoo Lee, Lu Lu. "Designing gamified interactions with self-service technology...	<1%

26	Internet	journalcenter.org	<1%
27	Publication	Laode Muhamad Halilintar Lutfi, Asraf, Abdul Hakim. "Analisis Kualitas Layanan ...	<1%
28	Internet	core.ac.uk	<1%
29	Internet	joss.al-makkipublisher.com	<1%
30	Internet	journal.stiestekom.ac.id	<1%
31	Internet	jurnal.stikes-ibnusina.ac.id	<1%
32	Internet	repository.umsu.ac.id	<1%
33	Submitted works	STIE Mahardhika on 2025-08-11	<1%
34	Submitted works	Universitas Riau on 2025-11-14	<1%
35	Submitted works	Universitas Putera Batam on 2025-07-22	<1%
36	Internet	jurnalpariwisata.iptrisakti.ac.id	<1%
37	Internet	repository.iainpalopo.ac.id	<1%
38	Submitted works	Universitas Negeri Jakarta on 2025-07-29	<1%
39	Submitted works	Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong on 2024-10-16	<1%

40	Internet	dspace.uui.ac.id	<1%
41	Internet	repository.stiedewantara.ac.id	<1%
42	Publication	Ahmad Syarief Iskandar, Muhammad Nur Alam Muhajir, Erwin Erwin, Fasiha Fasi...	<1%
43	Publication	Sintia Maya, Anggun Permata Husda. "Pengaruh E-commerce, Pengetahuan Aku...	<1%
44	Internet	repository.usd.ac.id	<1%
45	Submitted works	Universitas Pelita Harapan on 2025-12-05	<1%
46	Submitted works	vitka on 2023-04-12	<1%
47	Submitted works	Sultan Agung Islamic University on 2025-05-14	<1%
48	Internet	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id	<1%
49	Internet	repository.yudharta.ac.id	<1%
50	Publication	Jajang Tarmadi, Dadan Abdul Azizi Mubarak. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelay...	<1%
51	Publication	Esra Risdauli Gultom, Rita Satria. "Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang ...	<1%
52	Submitted works	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2023-07-03	<1%
53	Publication	Herman Ododogo Laoli, Perlindungan Faebudodo Hulu, Nanny Artatina Buulolo,...	<1%

54	Submitted works	UPN Veteran Yogyakarta on 2025-11-13	<1%
55	Submitted works	Universitas Negeri Padang on 2024-09-27	<1%
56	Internet	eprints.umpo.ac.id	<1%
57	Internet	jurnal.stie-aas.ac.id	<1%
58	Submitted works	LPPM on 2025-07-28	<1%
59	Submitted works	LPPM on 2025-08-01	<1%
60	Submitted works	Universitas Negeri Padang on 2025-10-28	<1%
61	Submitted works	LPPM on 2025-07-24	<1%
62	Submitted works	Universitas Islam Bandung on 2025-07-08	<1%
63	Submitted works	Universitas Putera Batam on 2025-02-05	<1%
64	Submitted works	Universitas Riau on 2025-06-02	<1%
65	Internet	journal.yrpioku.com	<1%
66	Publication	Cardoso, Paula Cristina Marquês. "A Influência dos Estímulos Sonoros nas Emoçõ...	<1%
67	Publication	Deden Sukriyansyah, Arif Fadillah. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terha...	<1%

68	Submitted works	IAIN Purwokerto on 2025-06-03	<1%
69	Internet	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
70	Submitted works	msu on 2025-05-21	<1%
71	Submitted works	vitka on 2023-04-12	<1%
72	Publication	Almeida, Marta Maria Costa. "Efeito do Ambiente spa nas Emoções e Intenções", ...	<1%
73	Publication	Dea Anisa Putri, Dadan Abdul Aziz Mubarak. "Pengaruh Keragaman Produk, Quali...	<1%
74	Publication	Okî Gunawansah Rambe, Pitriyani Pitriyani, Fauziah Hanum. "Pengaruh Kualitas ...	<1%
75	Internet	id.123dok.com	<1%
76	Internet	repository.uib.ac.id	<1%
77	Internet	repository.umpalopo.ac.id	<1%
78	Submitted works	IAIN Purwokerto on 2025-05-05	<1%
79	Publication	Robiatul Adawiyah, Agus Riyadi, Eduard R Pangkerego. "Kepuasan Memediasi Pe...	<1%
80	Submitted works	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
81	Submitted works	Universitas Sains Alquran on 2024-07-17	<1%

82	Internet	dirdosen.budiluhur.ac.id	<1%
83	Internet	prosiding.unipma.ac.id	<1%
84	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-15	<1%
85	Publication	Siti Aisyah, Hendar Hendar. "Penguatan Brand Image dan Faktornya Meningkatkan..."	<1%
86	Internet	eprints.stiebankbpdjateng.ac.id	<1%
87	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2017-04-06	<1%
88	Submitted works	Universitas Muria Kudus on 2024-11-13	<1%
89	Internet	repofeb.undip.ac.id	<1%
90	Submitted works	Clayton College & State University on 2021-07-19	<1%
91	Submitted works	Universitas Jenderal Soedirman on 2018-06-05	<1%
92	Submitted works	Universitas Sains Alquran on 2024-07-10	<1%
93	Internet	wisuda.unissula.ac.id	<1%
94	Submitted works	IAIN Palopo on 2025-10-26	<1%
95	Publication	Mulhairi Mulhairi, Marlini Marlini, Desriyeni Desriyeni. "Persepsi Pemustaka terhadap..."	<1%

96	Submitted works	Southville International School and Colleges on 2023-04-25	<1%
97	Submitted works	Sultan Agung Islamic University on 2025-05-19	<1%
98	Submitted works	Universitas Bunda Mulia on 2021-06-04	<1%
99	Submitted works	Universitas Muria Kudus on 2024-11-14	<1%
100	Publication	Nabhan Rusmani Hababa, Isbandriyati Mutmainah, Agus Prana Mulia. "Pengaruh...	<1%
101	Submitted works	Tarumanagara University on 2025-07-11	<1%
102	Submitted works	Universitas Pendidikan Ganesha on 2025-11-30	<1%
103	Submitted works	Universiti Teknologi MARA on 2018-07-20	<1%
104	Internet	repository.uinsaizu.ac.id	<1%
105	Publication	Abdulwasiu, Adebayo Adeyemi. "Service Quality and Customer Loyalty in Selected...	<1%
106	Publication	Citra Amelia, O. Feriyanto. "Pengaruh Rasio Solvabilitas terhadap Kinerja Keuangan...	<1%
107	Publication	Nadya Riska Ilmi, Aisyah Azhar Adam. "Analisis Kualitas Layanan, Suasana Toko (...)	<1%
108	Submitted works	Universitas Nasional on 2021-02-23	<1%
109	Internet	journals.indexcopernicus.com	<1%

110	Submitted works	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-07-03	<1%
111	Submitted works	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-11-13	<1%
112	Submitted works	UIN KH. Achmad Siddiq Jember on 2025-12-01	<1%
113	Submitted works	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto on 2025-10-08	<1%
114	Submitted works	Universitas Negeri Jakarta on 2025-08-08	<1%
115	Internet	journal.laaroiba.ac.id	<1%
116	Publication	Freddy Triono, Nurti Rahayu, Anita Swantari. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap...	<1%
117	Submitted works	Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II on 2025-09-08	<1%
118	Submitted works	LPPM on 2025-07-22	<1%
119	Submitted works	STIE Perbanas Surabaya on 2020-10-30	<1%
120	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2024-05-07	<1%
121	Submitted works	Universitas Islam Riau on 2025-07-23	<1%
122	Submitted works	Universitas Negeri Jakarta on 2025-07-30	<1%
123	Internet	ejurnal.stie-trianandra.ac.id	<1%

124	Internet	eprints.umk.ac.id	<1%
125	Internet	repo.stiapembangunanjember.ac.id	<1%
126	Internet	repository.pelitabangsa.ac.id:8080	<1%
127	Submitted works	IAIN Palopo on 2025-10-19	<1%
128	Publication	Sarla Sarlia, Paulus Liberthy Wairisal, Francisca Riconita Sinay. "The Influence of ...	<1%
129	Submitted works	Universitas Nasional on 2022-02-16	<1%
130	Submitted works	Universitas Pendidikan Indonesia on 2023-06-25	<1%
131	Submitted works	Universitas Putera Batam on 2018-11-27	<1%
132	Submitted works	Universitas Putera Batam on 2025-01-22	<1%
133	Publication	Ali Mundzir. "Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivit...	<1%
134	Publication	Frastya Dwi Saputra, Salim Siregar. "Pengaruh Fitur Affiliate dan Live Streaming ...	<1%
135	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-08-07	<1%
136	Publication	Nico Kosasih. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pem...	<1%
137	Submitted works	Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta on 2025-06-05	<1%

138	Submitted works	STIE Mahardhika on 2025-08-04	<1%
139	Publication	Salwa Anisya Desmaniar, Listri Herlina, Ilham Winar Nugroho. "Pengaruh Current...	<1%
140	Submitted works	Trisakti University on 2024-02-15	<1%
141	Submitted works	UPN Veteran Yogyakarta on 2025-11-27	<1%
142	Submitted works	Universitas Negeri Jakarta on 2020-09-02	<1%
143	Submitted works	Universitas Pendidikan Indonesia on 2025-08-04	<1%
144	Submitted works	Universitas Respati Indonesia on 2025-07-29	<1%
145	Submitted works	Universitas Terbuka on 2025-10-02	<1%
146	Submitted works	Yayasan Vitka on 2025-10-30	<1%
147	Internet	repository.eka-prasetya.ac.id	<1%
148	Submitted works	vitka on 2023-04-12	<1%
149	Publication	Siti Halimah Hasibuan, Anriza Witi Nasution, Zulhendry Zulhendry, Muhammad Z...	<1%
150	Submitted works	Universitas Mulawarman on 2021-05-03	<1%
151	Internet	eprints.iain-surakarta.ac.id	<1%

152	Internet	journal.universitaspahlawan.ac.id	<1%
153	Submitted works	Politeknik Pariwisata NHI Bandung on 2025-11-04	<1%
154	Submitted works	Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta on 2025-07-17	<1%
155	Submitted works	Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta on 2025-07-18	<1%
156	Submitted works	UPN Veteran Yogyakarta on 2025-10-06	<1%
157	Submitted works	Universitas International Batam on 2018-09-04	<1%
158	Submitted works	Universitas Jenderal Soedirman on 2021-08-06	<1%
159	Internet	documents.mx	<1%
160	Internet	publication.petra.ac.id	<1%
161	Submitted works	vitka on 2024-12-18	<1%
162	Publication	A.H.G. Kusumah, C.U. Abdullah, D. Turgarini, M. Ruhimat, O. Ridwanudin, Y. Yunia...	<1%
163	Publication	Aprilla, Mega Radhita Tria. "Model Peningkatan Kinerja Sumber Daya Manusia Be...	<1%
164	Publication	Frandita Ahmad Zulfadhli, Yadi Ernawadi. "Kontribusi Social Value, Atmosphere d...	<1%
165	Submitted works	Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II on 2025-11-10	<1%

166	Submitted works	LPPM on 2025-08-13	<1%
167	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-04-30	<1%
168	Submitted works	Politeknik Negeri Bandung on 2018-07-23	<1%
169	Submitted works	Sultan Agung Islamic University on 2025-11-17	<1%
170	Submitted works	Universitas Kristen Duta Wacana on 2021-05-26	<1%
171	Submitted works	Universitas Pertamina on 2025-07-18	<1%
172	Internet	bajangjournal.com	<1%
173	Internet	economics.pubmedia.id	<1%
174	Internet	repository.uinsu.ac.id	<1%
175	Submitted works	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2023-06-27	<1%
176	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-08-27	<1%
177	Submitted works	UIN Sultan Maulana Hasanudin on 2024-07-13	<1%
178	Submitted works	UPN Veteran Yogyakarta on 2025-11-25	<1%
179	Submitted works	Udayana University on 2022-02-10	<1%

180	Submitted works	Universitas Pendidikan Ganesha on 2025-05-19	<1%
181	Internet	eprints.ubhara.ac.id	<1%
182	Submitted works	iGroup on 2014-02-14	<1%
183	Internet	karyailmiah.unipasby.ac.id	<1%
184	Publication	Aras, Muh. Arham. "Peningkatan Customer Loyalty Berbasis Service Quality dan ...	<1%
185	Submitted works	Binus University International on 2025-09-29	<1%
186	Submitted works	Business and Economics on 2025-11-26	<1%
187	Submitted works	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-03-23	<1%
188	Submitted works	IAIN Palopo on 2025-11-03	<1%
189	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-04-28	<1%
190	Submitted works	Sogang University on 2020-01-02	<1%
191	Submitted works	Universitas Islam Riau on 2025-07-18	<1%
192	Submitted works	Universitas Muria Kudus on 2024-11-20	<1%
193	Submitted works	Universitas Negeri Jakarta on 2025-06-04	<1%

194	Submitted works	Universitas Pertamina on 2025-07-25	<1%
195	Submitted works	University of Wollongong on 2024-03-05	<1%
196	Internet	repo.undiksha.ac.id	<1%
197	Internet	repository.uir.ac.id	<1%
198	Submitted works	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-11-23	<1%
199	Publication	Ghina Fitria Fitria, Siti Herawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosp...	<1%
200	Submitted works	LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part V on 2024-12-05	<1%
201	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-04-30	<1%
202	Publication	Puji Rahmah, Misveria Villa Waru, Fitriadi Kadir, Irma Yunita. "Analisis Pengaruh ...	<1%
203	Submitted works	Rose-Hulman Institute of Technology on 2025-08-18	<1%
204	Publication	Sabina Vianda, Mashur Fadli. "Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Menu dan Har...	<1%
205	Submitted works	UPN Veteran Yogyakarta on 2025-11-28	<1%
206	Submitted works	Universitas Airlangga-1 on 2025-07-18	<1%
207	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2016-08-26	<1%

208	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2016-09-22	<1%
209	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2024-02-26	<1%
210	Submitted works	Universitas Jambi on 2025-02-11	<1%
211	Submitted works	Universitas Negeri Jakarta on 2025-06-17	<1%
212	Submitted works	Universitas Putera Batam on 2020-12-04	<1%
213	Internet	adoc.pub	<1%
214	Internet	artikelpendidikan.id	<1%
215	Internet	ejournal.stein.ac.id	<1%
216	Submitted works	iGroup on 2014-04-08	<1%
217	Submitted works	iGroup on 2014-06-24	<1%
218	Internet	jurnal.feb-umi.id	<1%
219	Internet	kursusdesaingrafisjogja.blogspot.com	<1%
220	Internet	repository.radenintan.ac.id	<1%
221	Internet	repository.unand.ac.id	<1%

222	Internet	www.coursehero.com	<1%
223	Submitted works	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Tengah on 2025-01-30	<1%
224	Publication	Hakim, Akmal. "Kemampuan Inovasi dan Kinerja Personil Polisi Melalui Perilaku ...	<1%
225	Publication	Indri Lumapelemey, Josef Papilaya, Geradin Rehatta. "The Influence of Tourism F...	<1%
226	Submitted works	LPPM on 2025-07-22	<1%
227	Submitted works	LPPM on 2025-07-23	<1%
228	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-04-29	<1%
229	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-08	<1%
230	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-22	<1%
231	Publication	Mira Gayatri Kartika, Ony Kurniawati, Dyah Pelitawati, Indah Citra Anifia. "Penga...	<1%
232	Publication	Nisa Nur Hidayah. "PENGARUH UPAH TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN HO...	<1%
233	Submitted works	Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta on 2024-12-30	<1%
234	Publication	Rizki Putri Amelia, Reflianto Reflianto, Murni Astuti, Indra Saputra. "Pengaruh Ga...	<1%
235	Publication	Rofa Saevrina Ali, Agung Mulyana, Wida Lisnawati. "Pengaruh Live Streaming, On...	<1%

236	Submitted works	STIE Mahardhika on 2025-07-29	<1%
237	Submitted works	Universitas Andalas on 2024-11-07	<1%
238	Submitted works	Universitas Dian Nuswantoro on 2025-06-02	<1%
239	Submitted works	Universitas Islam Riau on 2025-07-24	<1%
240	Submitted works	Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya on 2025-07-18	<1%
241	Submitted works	Universitas Muria Kudus on 2024-11-27	<1%
242	Submitted works	Universitas Negeri Jakarta on 2025-08-12	<1%
243	Submitted works	Universitas Putera Batam on 2021-03-12	<1%
244	Submitted works	Universitas Sains Alquran on 2024-07-19	<1%
245	Publication	Usman Usman, Hasriana Hasriana. "Citra Destinasi Dan Daya Tarik Terhadap Niat..."	<1%
246	Internet	ejurnal.stikeseub.ac.id	<1%
247	Internet	eprints.undip.ac.id	<1%
248	Internet	es.scribd.com	<1%
249	Internet	repository.ar-raniry.ac.id	<1%

250	Internet	repository.unair.ac.id	<1%
251	Internet	repository.unwim.ac.id	<1%
252	Internet	stie-pertiwi.ac.id	<1%
253	Internet	www.ejournal-polnam.ac.id	<1%
254	Submitted works	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-03-24	<1%
255	Submitted works	Iain Palopo on 2025-07-25	<1%
256	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-04-29	<1%
257	Submitted works	Udayana University on 2022-08-11	<1%
258	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2023-02-01	<1%
259	Submitted works	Universitas Indonesia on 2025-05-29	<1%
260	Submitted works	Universitas Negeri Makassar on 2013-07-24	<1%
261	Submitted works	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2025-08-20	<1%
262	Submitted works	Universitas Respati Indonesia on 2025-08-26	<1%
263	Submitted works	Universitas Terbuka on 2024-08-14	<1%

264	Submitted works	Universiti Malaysia Sarawak on 2014-12-18	<1%
265	Publication	Wawan Yonatan, Sylvia Rosalina. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelaya...	<1%
266	Publication	Asrie, Nina. "Tingkat Kepuasan Orang Tua Terhadap Implementasi Program Waji...	<1%
267	Publication	Desfitriady, Alna Nur Alivia, Evilia Tri Putri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ha...	<1%
268	Submitted works	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-03-23	<1%
269	Submitted works	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-07-07	<1%
270	Submitted works	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-08-05	<1%
271	Publication	Jerianto Renda, Tumpal Pangihutan Situmorang. "Pengaruh Atmosfer Cafe, Positi...	<1%
272	Submitted works	LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part III on 2025-11-06	<1%
273	Submitted works	LPPM on 2025-08-11	<1%
274	Submitted works	LSPR Communication & Business Institute on 2025-06-13	<1%
275	Publication	Pratiwi Pribadi Putri, Emron Edison. "Pengaruh Travel Motivation dan Perceived V...	<1%
276	Publication	Refiza Gita Duana, Gurawan Dayona Ismail. "Pengaruh Pengembangan Karir, Lin...	<1%
277	Submitted works	Surabaya University on 2019-06-24	<1%

278	Submitted works	Universitas Bengkulu on 2025-07-09	<1%
279	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2020-12-29	<1%
280	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2024-01-15	<1%
281	Submitted works	Universitas Jambi on 2025-12-01	<1%
282	Submitted works	Universitas Pelita Harapan on 2025-11-11	<1%
283	Submitted works	Universitas Putera Batam on 2021-03-12	<1%
284	Submitted works	Universitas Putera Batam on 2022-08-05	<1%
285	Publication	Usman Usman, Hasrianti Hasrianti. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalit...	<1%
286	Submitted works	unars on 2024-05-25	<1%
287	Submitted works	vitka on 2023-04-12	<1%

24

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA CAFE
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
DI LABERS COFFE BATAM**

148

PROPOSAL PROYEK AKHIR



Oleh:

VETRICK NAINGGOLAN

NIM:2021020042

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

2025



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA CAFE
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
DI LABERS COFFE BATAM**

PROPOSAL PROYEK AKHIR

Diajukan kepada Politeknik Priwisata Batam untuk memenuhi salah satu
Persyaratan dalam menyelesaikan program Diploma IV Manajemen Tata
Hidangan

Oleh:

VETRICK NAINGGOLAN

NIM:2021020042

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
2025**

Proyek akhir oleh Vetrick Nainggolan ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Batam, 18 juni 2025

Dr . Rezki Alhamdi M.M.Par

11

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vetrick Nainggolan

NIM : 2021020042

Program Studi : Manajemen Tata Hidangan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proyek akhir yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa proyek akhir ini hasil plagiasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batam, 18 Juni 2025

Yang membuat pernyataan

Vetrick Nainggolan

170

v

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan penulis mengucapkan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia, Hikmat dan Kemampuan yang diberikan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffe Batam“. Proyek akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Politeknik Pariwisata Batam.

Penulis menyadari bahwa selesainya proyek akhir ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang terus memberikan semangat dan bimbingan serta saran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya dan penghargaan yang setinggi–tingginya kepada yang terhormat

1. Ibu Siska Amelia Maldin S.pd .. M.pd selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian.
2. Bapak Dr . Rezki Alhamdi, M.MPar, selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Hidangan Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian.
3. Bapak Dr.Syafuruddin Rais, M.Par, selaku Dosen Pembimbing Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian.
4. Dosen Penguji 1 Politeknik Pariwisata Batam yang telah

memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian.

5. Dosen Penguji 2 Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian.
6. Kedua Orang Tua dan Keluarga saya yang sangat mendukung saya.
7. Pihak Labers Coffee Batam yang telah memfasilitasi tempat penelitian saya.
8. Teman-teman sekelas yang telah mendukung saya.

Batam, 28 April 2025
Penulis

Vetrick Nainggolan

Daftar Isi

HALAMAN SAMPUL.....	ii
LEMBAR LOGO.....	iii
HALAMAN JUDUL.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Bagi Manajemen Labers Coffee.....	5
1.4.2 Bagi Peneliti Lain.....	5
1.4.3 Bagi Pelanggan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	6
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	6
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	6
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	6
d. Indikator Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.2 Suasana Kafe.....	10
a. Pengertian Suasana Kafe.....	10
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Suasana Kafe.....	10
c. Indikator Suasana Kafe.....	11
2.1.3 Minat Berkunjung Kembali.....	12
a. Pengertian Minat Berkunjung Kembali.....	12
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali.....	13
c. Indikator Minat Berkunjung Kembali.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Berpikir.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Metodologi Penelitian.....	22
3.2 Lokasi Penelitian.....	23

13	3.3 Sumber dan Jenis Data.....	22
	3.3.1 Data Sekunder.....	22
	3.3.2 Data Primer.....	23
39	3.4 Populasi dan Sampel.....	23
	3.4.1 Populasi.....	23
	3.4.2 Sampel.....	24
	3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
	3.5.1 Kuesioner.....	26
	3.5.2 Observasi.....	27
	3.5.3 Wawancara (Opsional).....	27
	3.6 Teknik Analisis Data.....	28
	3.6.1 Uji Validitas.....	28
110	3.6.2 Uji Reliabilitas.....	28
	3.6.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	28
	3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
	3.6.5 Uji Hipotesis.....	30
	3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	30
	DAFTAR PUSTAKA.....	31

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kafe di Indonesia, termasuk di kota Batam, telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kafe tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga menjadi ruang sosial yang nyaman bagi pelanggan untuk berkumpul, bekerja, atau sekadar bersantai. Dalam persaingan ketat di pasar kafe, setiap kafe perlu berfokus pada berbagai aspek yang dapat menarik minat pelanggan, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan suasana yang ditawarkan oleh kafe. Labers Coffee di Batam adalah salah satu kafe yang berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dengan menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Kualitas pelayanan dan suasana kafe memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi niat pembelian kembali atau minat pelanggan untuk berkunjung kembali ke kafe tersebut.

Kualitas pelayanan dan suasana kafe merupakan dua faktor yang saling berinteraksi dan memiliki dampak yang signifikan terhadap pengalaman pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sementara suasana yang nyaman dan mendukung dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap kafe tersebut. (Seren & Chrystiani, 2023) Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan niat pembelian kembali (Murni & Yolana Nabilla, 2024). Di sisi lain, suasana yang menyenangkan, seperti desain interior yang menarik, pencahayaan yang tepat, dan kenyamanan tempat, juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka ingin datang kembali (Zulfadhli & Ernawadi, 2024).

Salah satu elemen kunci dalam kualitas pelayanan adalah interaksi antara pelanggan dan staf. Pengalaman pelanggan yang positif, seperti pelayanan yang cepat, ramah, dan efisien, akan meningkatkan kepuasan mereka dan mendorong mereka untuk kembali ke kafe tersebut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik dianggap sebagai faktor penting yang dapat menciptakan hubungan yang lebih baik antara pelanggan dan kafe, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut Enik Oktafiana et al (2024), layanan yang efisien dan ramah dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, yang berdampak pada niat pembelian kembali.

Di sisi lain, suasana kafe yang nyaman dan menarik juga mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali. Sebuah kafe yang memiliki desain interior yang baik, pencahayaan yang tepat, serta musik yang sesuai dapat menciptakan suasana yang mendukung kenyamanan pelanggan. Suasana yang nyaman akan membuat pelanggan merasa betah dan ingin kembali untuk menikmati suasana yang sama. Penelitian oleh Zulfadhli & Ernawadi (2024) menunjukkan bahwa suasana kafe yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan persepsi positif

203 pelanggan dan meningkatkan minat mereka untuk kembali. Suasana kafe yang baik bukan hanya berfokus pada elemen fisik, tetapi juga mencakup faktor psikologis, seperti menciptakan lingkungan yang tenang dan nyaman untuk pelanggan yang ingin bersantai atau bekerja.

39 Namun, meskipun banyak penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana kafe sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan niat pembelian kembali, ada perbedaan pendapat mengenai mana yang lebih dominan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan lebih berpengaruh dibandingkan suasana kafe dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Enik Oktafiana et al., 2024). Hal ini dapat dipahami karena pelayanan yang buruk akan mengurangi pengalaman positif pelanggan, meskipun suasana kafe sudah nyaman dan menarik. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang baik dapat menutupi kelemahan dari suasana kafe yang kurang menarik. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa suasana kafe yang baik dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan secara signifikan dan dapat mendorong mereka untuk kembali meskipun kualitas pelayanan tidak sebaik yang diharapkan (Murni & Yolana Nabilla, 2024).

Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi pengaruh masing-masing faktor ini terhadap minat berkunjung kembali pelanggan di Labers Coffee Batam. Pemahaman tentang bagaimana kualitas pelayanan dan suasana kafe berinteraksi dapat membantu pihak manajemen kafe untuk menentukan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat niat pembelian

kembali. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan suasana kafe, Labers Coffee dapat menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan dan suasana kafe terhadap minat berkunjung kembali di Labers Coffee Batam. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan niat pembelian kembali, serta mengeksplorasi bagaimana kualitas pelayanan dan suasana kafe saling berinteraksi dalam membentuk pengalaman pelanggan. Selain itu, penelitian ini akan memberikan rekomendasi bagi manajemen Labers Coffee untuk meningkatkan kualitas layanan dan suasana kafe agar dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memperkuat niat pembelian kembali.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di Labers Coffee Batam?
2. Bagaimana pengaruh suasana kafe terhadap minat berkunjung kembali di Labers Coffee Batam?
3. Bagaimana interaksi antara kualitas pelayanan dan suasana kafe mempengaruhi minat berkunjung kembali di Labers Coffee Batam?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di Labers Coffee Batam.
2. Menganalisis pengaruh suasana kafe terhadap minat berkunjung kembali di Labers Coffee Batam.
3. Mengidentifikasi interaksi antara kualitas pelayanan dan suasana kafe yang mempengaruhi minat berkunjung kembali di Labers Coffee Batam.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Manajemen Labers Coffee: Memberikan wawasan mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan suasana kafe dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan niat pembelian kembali. Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengambilan keputusan dalam strategi peningkatan layanan dan perbaikan suasana kafe.
2. Bagi Peneliti Lain: Memberikan referensi dan dasar teori dalam penelitian lebih lanjut terkait dengan kualitas pelayanan dan suasana kafe di industri restoran dan kafe.
3. Bagi Pelanggan: Memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman pelanggan, sehingga dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik bagi pelanggan di kafe-kafe lain di Batam.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan terhadap sejauh mana layanan yang diberikan oleh penyedia jasa sesuai dengan ekspektasi mereka.(Sari et al., 2020) Dalam konteks industri kafe, kualitas pelayanan mengacu pada seberapa baik kafe dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dalam berbagai aspek pelayanan, mulai dari interaksi dengan staf hingga kecepatan dan kenyamanan layanan yang diberikan.(Ismail & Yusuf, 2021) Kualitas pelayanan juga berkaitan dengan bagaimana layanan tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat menentukan apakah pelanggan akan kembali untuk mengunjungi kafe atau tidak.(Djatola, 2023)

Menurut Parasuraman et al (1988) kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan elemen fisik (tangibles). Dimensi-dimensi ini mencerminkan berbagai aspek dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan.

Adapun beberapa faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan antara lain:(Rahayu et al., 2024)

81

1. Keandalan (Reliability)

Keandalan adalah kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten. Dalam konteks kafe, hal ini bisa mencakup kemampuan untuk menyajikan pesanan yang benar dan sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan. Kualitas produk, baik itu kopi atau makanan, harus konsisten dari satu kunjungan ke kunjungan lainnya.

81

2. Daya Tanggap (Responsiveness)

Daya tanggap merujuk pada kecepatan dan kesiapan staf untuk membantu pelanggan serta menyelesaikan masalah yang mungkin timbul. Faktor ini penting dalam industri kafe karena pelanggan menginginkan pelayanan yang cepat dan tidak ingin menunggu lama. Staf yang responsif juga berperan dalam menangani keluhan dengan baik dan cepat.

233

3. Jaminan (Assurance)

Jaminan adalah keyakinan pelanggan bahwa mereka akan mendapatkan layanan yang aman dan nyaman. Di dalam kafe, jaminan ini mencakup aspek kebersihan tempat, kepatuhan terhadap standar kesehatan dan keselamatan, serta kompetensi staf dalam memberikan layanan yang memadai.

227

14

4. Empati (Empathy)

Empati adalah kemampuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang personal dan penuh perhatian. Staf yang memiliki empati akan lebih peka terhadap kebutuhan khusus pelanggan, seperti memberikan rekomendasi menu atau perhatian ekstra bagi pelanggan yang membutuhkan bantuan.

5. Elemen Fisik (Tangibles)

Elemen fisik mencakup segala hal yang dapat dilihat oleh pelanggan, seperti kebersihan kafe, kualitas perabotan, dekorasi, serta kualitas produk yang disajikan. Penampilan visual dan fisik ini berperan penting dalam menciptakan kesan pertama yang baik terhadap pelanggan.

Berdasarkan hal di atas maka Indikator Kualitas Pelayanan antara lain:(Areros, 2022)

1. Keakuratan Pemesanan

Seberapa tepat staf menyajikan pesanan yang diminta oleh pelanggan tanpa kesalahan.

2. Kecepatan Pelayanan

Waktu yang dibutuhkan untuk menyajikan pesanan, dengan mempertimbangkan kerumitan pesanan dan jumlah pelanggan.

3. Keterampilan Staf

Tingkat keahlian dan pengetahuan staf dalam memberikan informasi tentang menu, serta kemampuan mereka untuk menangani keluhan atau masalah yang muncul.

4. Kebersihan dan Kualitas Tempat

Kebersihan kafe yang mencakup meja, kursi, toilet, serta area umum lainnya, serta penataan tempat yang menarik dan nyaman.

5. Perhatian terhadap Pelanggan

Staf yang menyapa pelanggan dengan ramah dan memberikan perhatian secara penuh selama kunjungan mereka.

2.1.2 Suasana Kafe

Suasana kafe mengacu pada keseluruhan lingkungan fisik, emosional, dan sosial yang tercipta di dalam kafe. Ini termasuk desain interior, pencahayaan, musik, suhu ruangan, dan elemen-elemen lain yang dapat mempengaruhi perasaan dan pengalaman pelanggan selama berada di kafe.(Baskoro et al., 2022) Suasana kafe adalah faktor penting dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali.(Grace Amalia Tondang et al., 2023)

Suasana kafe juga sering kali berhubungan dengan tema atau konsep yang diusung oleh kafe, yang bisa mencakup desain yang modern, minimalis, atau bahkan yang

lebih tradisional dan nyaman. Pengalaman pelanggan dalam menikmati suasana kafe ini dapat sangat dipengaruhi oleh bagaimana elemen-elemen fisik dan non-fisik dipadukan secara harmonis.(Sholihah, 2020) Adapun faktor yang Mempengaruhi Suasana Kafe yaitu sebagai berikut:(Apriliya & Efiani, 2023)

1. Desain Interior

Desain interior mencakup penataan furnitur, pemilihan warna dinding, bentuk meja, dan kursi, serta susunan dekorasi yang ada di dalam kafe. Desain yang menarik akan memberikan kenyamanan visual dan menciptakan suasana yang sesuai dengan tema atau konsep kafe.

2. Pencahayaan

Pencahayaan yang tepat dapat mempengaruhi mood pelanggan. Pencahayaan yang terlalu terang dapat membuat pelanggan merasa tidak nyaman, sementara pencahayaan yang terlalu redup dapat menciptakan suasana yang kurang hidup. Pencahayaan yang lembut dan sesuai dengan tema akan menciptakan atmosfer yang nyaman.

3. Musik

Musik yang diputar di kafe juga memainkan peran penting dalam menciptakan suasana. Jenis musik yang dipilih harus sesuai dengan tema kafe dan audiens yang ditargetkan. Misalnya, kafe dengan tema santai bisa memainkan musik akustik atau jazz, sementara kafe dengan tema modern mungkin lebih cocok dengan musik elektronik atau indie.

4. Kebersihan dan Kenyamanan

232

Kebersihan adalah faktor yang sangat penting dalam menciptakan suasana yang menyenangkan. Kafe yang bersih dan terawat akan memberikan rasa nyaman bagi pelanggan untuk menikmati waktu mereka. Termasuk di dalamnya adalah kebersihan meja, kursi, toilet, serta kebersihan udara di dalam ruangan.

5. Kenyamanan Suhu Ruangan

222

Suhu yang nyaman sangat berpengaruh dalam menciptakan suasana yang menyenangkan. Suhu yang terlalu panas atau terlalu dingin dapat mengganggu kenyamanan pelanggan, sehingga kafe perlu memastikan suhu ruangan tetap stabil.

Adapun beberapa indikator Suasana Kafe antara lain:(Purnawarman et al., 2022)

1. Desain Ruang yang Menarik

28

Suasana fisik ruang yang nyaman, estetik, dan cocok untuk tujuan yang ingin dicapai, baik untuk bersantai, bekerja, atau berkumpul.

2. Kebersihan

Keadaan bersihnya area kafe, termasuk meja, kursi, dan area publik lainnya.

3. Pencahayaan yang Tepat

Keseimbangan antara pencahayaan alami dan buatan, dengan intensitas yang sesuai untuk menciptakan kenyamanan.

4. Kualitas Suara dan Musik

Suara di dalam kafe harus tidak terlalu bising, dan musik yang dimainkan harus mendukung suasana yang diinginkan tanpa mengganggu komunikasi pelanggan.

5. Kenyamanan Suhu

Suhu yang terjaga dengan baik di dalam kafe sesuai dengan kondisi cuaca dan preferensi pengunjung.

2.1.3 Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merujuk pada niat pelanggan untuk mengunjungi kafe lagi di masa depan setelah kunjungan pertama atau sebelumnya. Minat ini dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor yang terkait dengan kualitas pelayanan, suasana kafe, produk yang ditawarkan, serta pengalaman keseluruhan yang didapatkan pelanggan selama berada di kafe. Minat berkunjung kembali berhubungan erat dengan tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap suatu tempat. (Zulfadhli & Ernawadi, 2024)

Menurut Oliver (1999), niat pembelian kembali adalah sikap pelanggan terhadap keputusan mereka untuk kembali membeli atau berkunjung berdasarkan pengalaman positif mereka sebelumnya. Ini adalah refleksi dari kepuasan

pelanggan yang mendorong mereka untuk melakukan tindakan nyata berupa kunjungan ulang.(Elake et al., 2024)

Adapun beberapa Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali antara lain:(Asys et al., 2022)

1. Kepuasan Pelanggan

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi minat berkunjung kembali adalah kepuasan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan dan suasana yang ada di kafe, mereka lebih cenderung untuk kembali lagi.

2. Pengalaman Pelanggan

Pengalaman pelanggan yang positif dapat memperkuat niat mereka untuk kembali. Hal ini mencakup faktor-faktor seperti pelayanan yang ramah, kecepatan, kenyamanan, dan kualitas makanan dan minuman yang disajikan.

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah bentuk komitmen pelanggan terhadap suatu kafe. Pelanggan yang loyal biasanya memiliki tingkat minat berkunjung kembali yang lebih tinggi. Loyalitas dapat terbentuk melalui hubungan yang kuat antara pelanggan dan kafe, yang dibangun berdasarkan pengalaman yang memuaskan.

4. Harga dan Nilai

Harga produk dan layanan yang diberikan oleh kafe juga mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali. Jika pelanggan merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang sebanding dengan harga yang dibayarkan, mereka akan lebih cenderung untuk kembali lagi.

5. Rekomendasi dan Rujukan

Pengaruh teman, keluarga, atau ulasan dari pelanggan lain juga dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali. Jika banyak orang yang memberikan ulasan positif dan merekomendasikan kafe tersebut, ini dapat meningkatkan niat orang lain untuk berkunjung kembali.

Adapun indikator Minat Berkunjung Kembali dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:(Lestari et al., 2024)

1. Niat untuk Kembali ke Kafe

Pelanggan menunjukkan niat atau keinginan untuk mengunjungi kafe tersebut lagi setelah kunjungan pertama.

2. Rekomendasi kepada Teman atau Keluarga

Pelanggan yang merasa puas dan ingin kembali seringkali akan merekomendasikan kafe tersebut kepada teman, keluarga, atau kolega mereka. Ini merupakan indikator penting dari minat berkunjung kembali karena rekomendasi pribadi seringkali menjadi salah satu bentuk promosi yang efektif.

3. Frekuensi Kunjungan Ulang

Seberapa sering pelanggan kembali mengunjungi kafe tersebut. Jika pelanggan datang kembali dalam periode tertentu, ini menunjukkan bahwa mereka memiliki minat berkunjung kembali yang tinggi terhadap kafe tersebut.

4. Loyalitas Jangka Panjang

Loyalitas pelanggan yang lebih mendalam juga tercermin dari berapa lama mereka mempertahankan kebiasaan berkunjung ke kafe tersebut. Pelanggan yang loyal akan kembali meskipun ada pilihan lain di sekitar mereka.

5. Pemberian Ulasan Positif

Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan dan suasana kafe cenderung memberikan ulasan positif di platform ulasan online, seperti Google Review atau media sosial, yang berfungsi sebagai bentuk rekomendasi tidak langsung dan juga mencerminkan minat mereka untuk kembali.

Beberapa faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali di Kafe antara lain:(Elake et al., 2024)

1. Kualitas Produk dan Layanan

Kualitas produk yang baik, seperti rasa makanan dan minuman, serta layanan yang cepat dan ramah, sangat berpengaruh terhadap minat

8

berkunjung kembali. Jika pelanggan merasa bahwa mereka mendapatkan pengalaman yang memuaskan, mereka lebih cenderung untuk kembali.

2. Pengalaman Sosial yang Positif

160

Kafe seringkali bukan hanya tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga sebagai tempat sosial untuk berkumpul dengan teman-teman atau keluarga. Pengalaman sosial yang positif seperti suasana yang nyaman, interaksi yang menyenangkan dengan staf, dan kenyamanan tempat—dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk berkunjung kembali.

5

3. Konsistensi Pelayanan dan Suasana

8

8

Kafe yang mampu mempertahankan kualitas pelayanan dan suasana yang konsisten dari kunjungan ke kunjungan akan membangun harapan yang jelas bagi pelanggan. Ketika pelanggan mengetahui bahwa mereka akan mendapatkan pengalaman yang sama baik dari segi pelayanan maupun suasana, mereka akan lebih cenderung untuk berkunjung kembali.

4. Inovasi dan Pembaruan

Kafe yang selalu menawarkan inovasi pada menu, suasana, atau acara khusus (seperti live music atau promo menarik) dapat menarik pelanggan untuk kembali. Pembaruan ini memberikan sesuatu yang baru bagi pelanggan setiap kali mereka berkunjung, yang meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali.

5. Harga yang Kompetitif

Meskipun faktor harga bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali, harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas pelayanan dan produk yang diterima tetap menjadi pertimbangan penting. Jika pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih dari apa yang mereka bayar, mereka cenderung untuk kembali.

2.2 Penelitian Terdahulu

2.2.1 Bitner (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. Journal of Marketing, 56(2), 57-71. Penelitian ini adalah karya klasik yang mengembangkan konsep "servicescape," yang merujuk pada pengaruh lingkungan fisik terhadap pelanggan dan karyawan dalam konteks pelayanan. Dalam kaitannya dengan cafe dan food park, konsep ini sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana elemen-elemen fisik (seperti desain interior, kebersihan, dan suasana umum) dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan dan niat mereka untuk kembali.

2.2.2 Nor et al. (2015). The Influence of Service Quality and Food Quality Towards Customer Fulfillment and Revisit Intention The Influence of Service Quality and Food Quality Towards Customer Fulfillment and Revisit Intention. Meskipun fokus utama penelitian ini adalah pada kualitas makanan dan layanan, studi ini juga mencatat bahwa atmosfer restoran berperan penting dalam menentukan keputusan pelanggan untuk kembali. Penelitian ini dapat memberikan

wawasan tentang bagaimana pengaruh atmosfer dapat digabungkan dengan faktor-faktor lain seperti kualitas layanan untuk membentuk niat revisist pelanggan.

2.2.3 Choi et al. (2022). Memahami Pelanggan Vegetarian: Pengaruh Atribut Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Berperilaku. Mengingat jumlah pelanggan vegetarian yang signifikan dan tren global yang semakin berkembang dalam mengurangi konsumsi daging, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh enam atribut restoran yaitu kualitas makanan, kualitas layanan, suasana, kemudahan, harga, dan pilihan menu vegetarian—terhadap kepuasan pelanggan dan niat berperilaku (seperti kemauan untuk membayar lebih dan niat untuk kembali) dari pelanggan vegetarian. Hasil pemodelan persamaan struktural menunjukkan bahwa di antara atribut-atribut tersebut, hanya harga dan pilihan menu vegetarian yang memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan vegetarian. Selain itu, hubungan antara pilihan menu vegetarian dan niat untuk kembali dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan meningkatkan niat pelanggan untuk membayar lebih dan niat mereka untuk kembali.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini dibangun atas dasar tiga konsep utama:

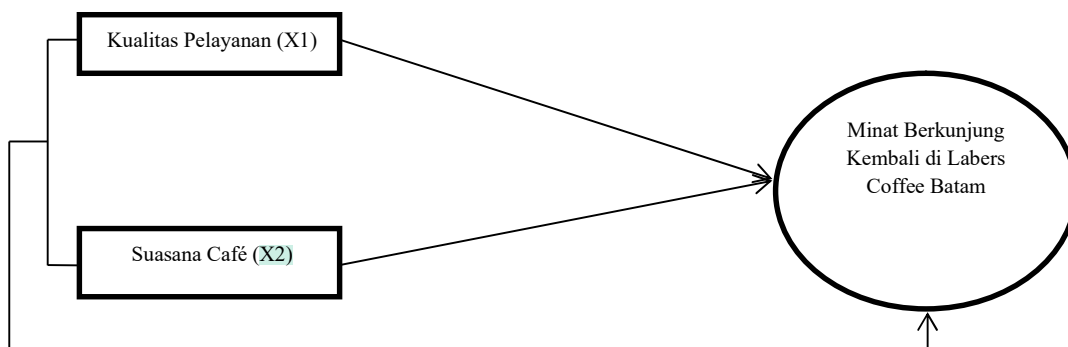
1. **Kualitas Pelayanan:** Kualitas pelayanan merujuk pada bagaimana karyawan memberikan layanan kepada pelanggan, mencakup sikap, keterampilan, responsivitas, dan efektivitas dalam memberikan layanan.

Kualitas pelayanan yang tinggi diharapkan dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

2. Suasana Kafe: Suasana kafe melibatkan elemen-elemen fisik dan psikologis di dalam kafe, seperti desain interior, pencahayaan, kebersihan, kenyamanan tempat, dan suasana keseluruhan yang menciptakan pengalaman bagi pelanggan. Suasana yang nyaman dan menarik berperan dalam meningkatkan kenyamanan dan persepsi positif pelanggan.

3. Minat Berkunjung Kembali: Minat berkunjung kembali merujuk pada keinginan pelanggan untuk kembali ke kafe setelah kunjungan pertama.

Minat ini dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan suasana yang dialami pelanggan selama kunjungan mereka.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka berpikir yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut adalah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini:

H₁: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pelanggan di Labers Coffee Batam.

H₂: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara suasana kafe terhadap minat berkunjung kembali pelanggan di Labers Coffee Batam.

H₃: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan suasana kafe secara simultan terhadap minat berkunjung kembali pelanggan di Labers Coffee Batam

2.5 Hubungan Variabel Penelitian

2.5.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan penelitian Nor et al. (2015), kualitas pelayanan berperan penting dalam menentukan keputusan pelanggan untuk kembali ke restoran atau tempat makan lainnya. Meskipun fokus utama penelitian ini adalah pada kualitas makanan dan layanan, studi tersebut juga menggarisbawahi pentingnya atmosfer restoran, yang mencakup kualitas layanan, dalam mempengaruhi niat revisist pelanggan.

Selain itu, dalam konteks Choi et al. (2022), kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan vegetarian dan niat mereka untuk kembali ke restoran. Meskipun penelitian ini lebih menyoroti atribut lain seperti harga dan menu vegetarian, kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang kemudian mempengaruhi niat untuk kembali. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat revisist pelanggan, karena pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk kembali.

2.5.2 Hubungan Suasana Café Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Dalam Bitner (1992), konsep servicescape dijelaskan sebagai pengaruh lingkungan fisik restoran atau tempat makan terhadap pengalaman pelanggan.

Elemen-elemen seperti desain interior, kebersihan, dan suasana umum merupakan bagian dari suasana cafe yang dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan. Suasana yang nyaman, bersih, dan estetis akan menciptakan pengalaman positif yang membuat pelanggan merasa betah dan cenderung untuk kembali.

Sebagai tambahan, penelitian Nor et al. (2015) juga mencatat bahwa selain kualitas makanan dan layanan, atmosfer restoran, yang termasuk suasana fisik tempat, sangat memengaruhi niat pelanggan untuk kembali. Suasana café yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan memperbesar kemungkinan pelanggan untuk kembali ke tempat tersebut.

Penelitian Choi et al. (2022) juga mendukung temuan ini, meskipun mereka fokus pada atribut restoran lainnya, seperti harga dan menu vegetarian. Suasana cafe yang mendukung pengalaman makan yang menyenangkan dapat meningkatkan kepuasan, yang pada gilirannya memengaruhi minat revisist pelanggan.

3

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah suatu proses yang digunakan dalam ilmu pengetahuan untuk mengumpulkan data yang dapat dipercaya dengan tujuan untuk menemukan, menciptakan, dan mendemonstrasikan pengetahuan yang dapat diterapkan untuk memahami, memecahkan, dan meramalkan masalah yang sedang diteliti (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan suasana kafe terhadap minat berkunjung kembali pelanggan di Labers Coffee Batam dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

5

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Labers Coffee Batam, yang terletak di kawasan Mitra Raya Batam. Alasan pemilihan lokasi ini adalah karena Labers Coffee merupakan salah satu kafe yang memiliki daya tarik di Batam, dengan berbagai layanan dan suasana yang menarik perhatian pelanggan. Lokasi ini juga memiliki variasi pelanggan yang dapat memberikan pandangan yang beragam tentang kualitas pelayanan dan suasana yang ditawarkan.

3.3 Sumber dan Jenis Data

89

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya, yang tidak langsung dikumpulkan oleh peneliti. (W. Ratna et al., 2021) Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur yang relevan, seperti jurnal, artikel, buku, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, suasana kafe, kepuasan pelanggan, dan minat berkunjung kembali. Data ini digunakan untuk mendukung teori yang ada dan memperkaya hasil penelitian ini.

b. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber penelitian atau subjek yang relevan dengan masalah yang diteliti. (Paramita, 2021) Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang berkunjung ke Labers Coffee Batam. Kuesioner ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, suasana kafe, dan niat berkunjung kembali.

3.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian.(Hardani et al., 2020) Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi objek penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah mengunjungi Labers Coffee Batam. Peneliti memilih populasi ini karena pelanggan merupakan pihak yang langsung merasakan pengalaman terkait kualitas pelayanan dan suasana kafe, serta dapat memberikan informasi yang relevan terkait minat mereka untuk kembali ke kafe tersebut.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk memperoleh data penelitian. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa sampel merupakan representasi dari populasi yang dipilih secara acak atau berdasarkan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, sampel dipilih menggunakan teknik nonprobability sampling dengan purposive sampling, yang berarti peneliti memilih responden berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan.(Sidik Priadana, 2021) Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen berusia antara 17 hingga 40 tahun, karena dianggap sudah menguasai angket dan terlibat dengan kegiatan yang tengah diteliti (Sugiyono, 2013).

2. Konsumen yang telah mengunjungi Labers Coffee minimal tiga kali, karena pelanggan yang lebih sering mengunjungi kafe lebih mampu memberikan penilaian yang lebih mendalam mengenai kualitas pelayanan dan suasana yang ditawarkan oleh kafe tersebut.

Dengan menggunakan teknik purposive sampling, jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden, sesuai dengan perhitungan menggunakan rumus Lameshow yang dikembangkan oleh Sugiyono (2013). untuk menentukan jumlah sampel dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 10%.

Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Lameshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = estimasi maksimal = 0,5

d = margin of error (sampling error) = 0,10

Menggunakan rumus tersebut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

$$d^2$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,10^2}$$

$$0,10^2$$

Maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 responden (dibulatkan).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan suasana kafe terhadap minat berkunjung kembali pelanggan di Labers Coffee Batam. Data yang dikumpulkan akan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen utama dalam pengumpulan data. (W. D. P. Ratna et al., 2021) Kuesioner ini dirancang untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, suasana kafe, dan niat mereka untuk kembali berkunjung ke Labers Coffee. Kuesioner terdiri dari beberapa bagian yang berfokus pada aspek-aspek berikut:

206

1. Data Demografi: Bagian ini berisi pertanyaan terkait karakteristik responden, seperti usia, jenis kelamin, dan frekuensi kunjungan ke kafe.
2. Kualitas Pelayanan: Bagian ini mengukur elemen-elemen kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Labers Coffee, meliputi aspek kecepatan layanan, keterampilan staf, dan interaksi antara pelanggan dan staf.
3. Suasana Kafe: Bagian ini berfokus pada elemen-elemen suasana kafe, seperti desain interior, kebersihan, kenyamanan tempat, pencahayaan, dan elemen atmosfer lainnya.
4. Minat Berkunjung Kembali: Bagian ini mengukur niat responden untuk kembali mengunjungi Labers Coffee setelah pengalaman mereka. Niat ini diukur berdasarkan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

261

157

59

Responden diminta untuk memberikan penilaian menggunakan skala Likert 5 poin yang berkisar dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Skala Likert ini digunakan untuk mengukur tingkat kesepakatan atau ketidaksetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner. (Sugiyono, 2017)

b. Observasi

197

161

Selain kuesioner, teknik pengumpulan data lainnya yang digunakan adalah observasi langsung di lokasi penelitian. Observasi ini dilakukan untuk mencatat kondisi nyata mengenai suasana kafe, seperti kebersihan, kenyamanan tempat, dan interaksi antara staf dengan pelanggan. Observasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang

lebih komprehensif mengenai suasana dan kualitas pelayanan yang tidak dapat diukur hanya melalui kuesioner.

c. Wawancara (Opsional)

Jika diperlukan, peneliti dapat melakukan wawancara terbuka dengan beberapa pelanggan yang telah mengunjungi Labers Coffee untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan dan suasana kafe. Wawancara ini dapat memberikan data kualitatif yang melengkapi data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner.

4.2. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang diperoleh untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian. Analisis data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut: (Hajarisman & Herlina, 2022)

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas mengacu pada sejauh mana instrumen penelitian benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Untuk menguji validitas, digunakan korelasi Pearson antara skor item dan skor total. Jika nilai

korelasi item dengan skor total lebih besar dari nilai kritis (biasanya 0,3 atau 0,5), maka item tersebut dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen yang digunakan. Artinya, instrumen tersebut harus menghasilkan hasil yang konsisten jika digunakan berulang kali. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha yang baik adalah lebih besar dari 0,7, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut reliabel.

c. Deskriptif Statistik

Deskriptif statistik digunakan untuk menggambarkan karakteristik dasar dari responden dan distribusi data yang diperoleh. Dalam analisis deskriptif, peneliti akan menyajikan frekuensi, rata-rata, dan standar deviasi dari setiap item dalam kuesioner untuk memberikan gambaran umum tentang persepsi responden terhadap kualitas pelayanan, suasana kafe, dan minat berkunjung kembali.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan suasana kafe terhadap minat berkunjung kembali, digunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen

(kualitas pelayanan dan suasana kafe) terhadap variabel dependen (minat berkunjung kembali). Model regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Minat berkunjung kembali

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Suasana kafe

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan dan suasana kafe

ε = Galat (error) yang tidak dapat dijelaskan oleh model

e. Uji Hipotesis

Setelah analisis regresi dilakukan, langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis yang telah diajukan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t-statistik dan p-value untuk masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan dan suasana kafe). Jika nilai p-value lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis yang diajukan dapat diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen

7 terhadap variabel dependen. Jika p-value lebih besar dari 0,05, maka hipotesis tersebut ditolak.(Hajarisman & Herlina, 2022)

178 *f. Koefisien Determinasi (R^2)*

149 Untuk mengukur seberapa baik model regresi linier berganda dalam menjelaskan variasi minat berkunjung kembali, digunakan koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 menunjukkan proporsi variasi dalam variabel dependen (minat berkunjung kembali) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (kualitas pelayanan dan suasana kafe). 63 Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut.(Hajarisman & Herlina, 2022)

3

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB IV



4.1 Gambaran umum labers coffe batam

Labers Coffee Batam merupakan salah satu kafe yang berlokasi strategis di Komplek Pasar Mitra Raya Blok A1 No.01-03, Batam. Kafe ini beroperasi setiap hari, mulai dari Senin hingga Minggu, dengan jam operasional pukul 08.00 hingga 21.00, sehingga memberikan fleksibilitas bagi pengunjung untuk datang baik pada pagi, siang, maupun sore hari. Labers Coffee resmi berdiri pada tanggal 18 November 2019 dan didirikan oleh delapan orang, yang terdiri dari enam komisaris, satu direktur, dan satu manajer operasional.

Pemilihan lokasi kafe ini sangat strategis karena berada dekat dengan pusat kota Batam, kantor pemerintahan, Pelabuhan Batam Centre Terminal, serta

Universitas Polytechnic Batam. Lokasi yang dekat dengan berbagai pusat aktivitas tersebut memungkinkan Labers Coffee untuk menjangkau beragam segmen pelanggan, mulai dari pekerja kantoran, sales, hingga mahasiswa yang berada di sekitar Batam Centre.

Kafe ini mengusung konsep minimalis modern dengan tata ruang yang dirancang sedemikian rupa untuk menciptakan suasana nyaman dan menenangkan. Konsep ini bertujuan agar pengunjung merasa betah, lebih rileks, dan dapat menikmati waktu mereka dengan lebih santai. Suasana yang nyaman ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelanggan yang ingin bersantai, mengerjakan pekerjaan, atau sekadar berkumpul bersama teman.

Jumlah karyawan Labers Coffee Batam berjumlah sepuluh orang yang terdiri dari dua kasir, dua runner, tiga waiters, dan tiga tenaga dapur. Manajer operasional, Bapak Sutiono, menjelaskan beberapa strategi yang diterapkan untuk menarik pelanggan agar datang kembali ke kafe. Strategi tersebut mencakup menjaga kualitas produk makanan dan minuman, khususnya kopi, agar selalu konsisten dan memuaskan selera pelanggan. Selain itu, pelayanan yang ramah, disertai senyum, sapaan, dan salam (greetings) kepada setiap pelanggan yang datang, menjadi bagian penting dari pengalaman customer di kafe ini.

Labers Coffee juga rutin melakukan pembaruan menu makanan dan minuman agar pelanggan tidak merasa bosan, serta memastikan penyajian makanan dan minuman tepat waktu. Setiap momen tertentu, seperti hari besar atau event khusus, kafe ini menyediakan promo menarik untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan. Respons cepat terhadap permintaan pelanggan juga menjadi prioritas, termasuk membantu pelanggan dengan kebutuhan khusus.

Selain itu, kebersihan kafe menjadi perhatian utama, mulai dari area ruang utama, ruang toilet, hingga smoking area. Interior kafe dirancang simple namun nyaman, menciptakan atmosfer yang mendukung pelanggan untuk bersantai. Labers Coffee juga aktif melakukan promosi melalui media sosial, terutama Instagram,

177

dengan update rutin mengenai menu terbaru, promo, atau acara khusus, sehingga selalu menjaga keterlibatan pelanggan dan membangun loyalitas.

Secara keseluruhan, Labers Coffee Batam bukan hanya menawarkan produk kopi dan makanan yang berkualitas, tetapi juga menghadirkan pengalaman bersantai yang menyenangkan melalui pelayanan ramah, suasana nyaman, dan inovasi menu yang konsisten. Strategi manajemen dan operasional yang terencana membuat kafe ini menjadi salah satu tempat favorit bagi pekerja, mahasiswa, dan masyarakat umum di kawasan Batam Centre.

Manager operasional Labers Coffee Batam bernama bapak Sutiono, jumlah karyawan kafe 10 orang terdiri dari kasir (2), Runner (2), Waiters (3), Kitchen (3). dan adapun menurut bapak Sutiono cara menarik pelanggan agar datang kembali ke kafe

1. Menjaga kualitas produk makanan dan minuman terutama kopi
2. Memberikan pelayanan yang ramah ke customer serta memberikan Kesan
3. Menerapkan senyum, sapa, salam (greetings) ke setiap customer yang datang
4. Melakukan upgrade dan memperbarui menu makanan dan minuman agar customer tidak bosan
5. Menyajikan makanan dan minuman tepat waktu
6. Memberikan promo setiap hari besar atau moment tertentu
7. Setiap pelayanan wajib cepat respon terhadap permintaan customer dan siap membantu customer atau pelanggan
8. Menjaga suasana kafe yang bersih, ruangan toilet yang bersih, menyediakan ruang smoking area
9. Membuat interior yang simple dan nyaman bagi customer
10. Promosi dengan update rutin di media sosial (Instagram).

4.2 Hasil Penelitian

Berikut adalah hasil penelitian mengenai karakteristik pengunjung Batam Tourism Polytechnic berdasarkan 100 responden. Data diklasifikasikan ke dalam tiga kriteria: usia, jenis kelamin, dan frekuensi kunjungan ke Labers Coffee.

Tabel 4.1

Distribusi Usia Pengunjung

No	Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	< 17 tahun	5	5%
2	17–25 tahun	60	60%
3	26–35 tahun	20	20%
4	36–45 tahun	10	10%
5	> 45 tahun	5	5%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel distribusi usia responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 17–25 tahun, yaitu sebanyak 60 orang atau 60% dari total 100 responden. Kelompok usia ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan merupakan remaja akhir hingga dewasa muda, yang kemungkinan besar merupakan mahasiswa atau pekerja pemula. Sementara itu, kelompok usia 26–35 tahun menempati posisi kedua dengan 20 responden (20%), diikuti oleh usia 36–45 tahun sebanyak 10 responden (10%). Responden di bawah 17 tahun dan di atas 45 tahun masing-masing hanya 5 orang atau 5%, menunjukkan keterlibatan yang relatif kecil dari kelompok usia sangat muda maupun lebih matang. Secara keseluruhan, data ini mengindikasikan bahwa studi atau survei yang dilakukan lebih banyak merepresentasikan pandangan dan preferensi dari generasi muda, terutama mereka yang berada dalam tahap pendidikan tinggi atau awal karier profesional.

Tabel 4.2

Distribusi Jenis Kelamin Pengunjung

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	40	40%
2	Perempuan	60	60%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel distribusi jenis kelamin responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yakni sebanyak 60 orang atau 60% dari total 100 responden, sedangkan responden laki-laki berjumlah 40 orang atau 40%. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam survei atau penelitian ini lebih dominan dibandingkan laki-laki. Perbedaan proporsi ini dapat mencerminkan minat, ketersediaan, atau keterlibatan perempuan yang lebih tinggi dalam topik atau aktivitas yang diteliti. Secara keseluruhan, data ini menegaskan bahwa perspektif perempuan memberikan kontribusi signifikan terhadap hasil penelitian, meskipun perspektif laki-laki juga tetap hadir sebagai perbandingan.

Tabel 4.3

Frekuensi Kunjungan ke Labers Coffee

No	Frekuensi Kunjungan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Baru pertama kali	20	20%
2	1–2 kali sebulan	40	40%
3	1–2 kali seminggu	30	30%
4	Lebih dari 2 kali seminggu	10	10%
	Total	100	100%

Berdasarkan data frekuensi kunjungan responden, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung Labers Coffee Batam datang secara berkala, dengan 40% responden berkunjung 1–2 kali sebulan dan 30% berkunjung 1–2 kali seminggu. Sementara itu, pengunjung yang baru pertama kali datang mencakup 20% dan

pengunjung yang datang lebih dari 2 kali seminggu hanya 10%. Hal ini menunjukkan bahwa Labers Coffee Batam memiliki basis pelanggan tetap yang cukup signifikan, namun tetap menarik pengunjung baru. Pola ini juga mengindikasikan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan yang moderat, serta peluang bagi manajemen untuk meningkatkan kunjungan rutin melalui strategi promosi dan pelayanan yang konsisten.

2 Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 pengunjung Batam Tourism Polytechnic, diketahui bahwa mayoritas pengunjung berada pada rentang usia 17–25 tahun (60%), yang menunjukkan bahwa tempat ini banyak menarik perhatian generasi muda atau mahasiswa. Dari sisi jenis kelamin, pengunjung didominasi oleh perempuan (60%), sementara laki-laki berjumlah 40%.

Dari segi frekuensi kunjungan ke Labers Coffee, sebagian besar pengunjung datang 1–2 kali dalam sebulan (40%), diikuti oleh 1–2 kali seminggu (30%), dan 20% pengunjung merupakan pengunjung baru. Hanya 10% yang datang lebih dari 2 kali seminggu, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar pengunjung belum menjadi pelanggan tetap, namun memiliki potensi untuk menjadi pelanggan loyal dengan peningkatan pelayanan dan suasana yang mendukung.

32 4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1.1 Uji Validitas

31 Uji validitas adalah proses pengujian yang digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian, seperti kuesioner, benar-benar mengukur variabel atau konsep yang dimaksudkan. Salah satu metode yang umum

7

digunakan adalah uji korelasi antara item instrumen dengan skor total menggunakan nilai r hitung, yang kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi tertentu (misalnya 0,05). Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka item tersebut dianggap valid dan dapat digunakan karena menunjukkan korelasi yang signifikan dengan konstruk yang diukur. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, item tersebut dianggap tidak valid dan sebaiknya tidak digunakan dalam instrumen penelitian. Dengan demikian, uji validitas memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam instrumen mampu merepresentasikan variabel secara akurat dan dapat dipercaya.

Tabel 4.4

Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	p1	0,196	0.699	Valid
	p2	0,196	0.585	Valid
	p3	0,196	0.710	Valid
	p4	0,196	0.650	Valid
	p5	0,196	0.655	Valid
	p6	0,196	0.455	Valid
	p7	0,196	0.455	Valid
Suasana Café (X2)	p1	0,196	0.729	Valid
	p2	0,196	0.686	Valid
	p3	0,196	0.567	Valid
	p4	0,196	0.737	Valid
	p5	0,196	0.729	Valid
	p6	0,196	0.737	Valid
	p7	0,196	0.729	Valid

Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam (Y)	p1	0,196	0.379	Valid
	p2	0,196	0.589	Valid
	p3	0,196	0.734	Valid
	p4	0,196	0.803	Valid
	p5	0,196	0.791	Valid
	p6	0,196	0.799	Valid
	p7	0,196	0.803	Valid

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap seluruh item pernyataan dalam variabel Kualitas Pelayanan (X1), Suasana Café (X2), dan Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam (Y), diperoleh nilai r hitung yang seluruhnya lebih besar dari r tabel (0,196) pada taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden sebanyak 100. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pada ketiga variabel tersebut memiliki validitas yang baik dan layak digunakan dalam pengukuran. Dengan kata lain, semua item pernyataan dalam instrumen penelitian ini dinyatakan valid, karena mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat. Validitas instrumen yang baik ini menjadi dasar yang kuat untuk melanjutkan ke tahapan analisis selanjutnya dalam penelitian.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses pengujian yang digunakan untuk mengukur konsistensi dan kestabilan suatu instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang sama apabila dilakukan pengukuran berulang pada kondisi yang serupa. Uji ini bertujuan memastikan bahwa alat ukur yang digunakan, seperti kuesioner atau tes, dapat dipercaya dan menghasilkan hasil yang konsisten dari

waktu ke waktu. Dalam analisis statistik, reliabilitas biasanya dinilai dengan menggunakan koefisien seperti Cronbach's Alpha, di mana nilai yang lebih tinggi (umumnya di atas 0,7) menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Dengan demikian, uji reliabilitas penting untuk menjamin validitas data yang dikumpulkan agar hasil penelitian menjadi akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Tabel 4.5

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,711	> 0,700	Reliabel
Suasana Café (X2)	0,826	> 0,700	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam (Y)	0,826	> 0,700	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha, diketahui bahwa seluruh variabel penelitian yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Suasana Café (X2), dan Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,700. Nilai-nilai tersebut masing-masing adalah 0,711 untuk Kualitas Pelayanan, 0,826 untuk Suasana Café, dan 0,826 untuk Minat Berkunjung Kembali. Karena seluruh nilai tersebut melebihi ambang batas minimum 0,700, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan pada ketiga variabel

tersebut bersifat reliabel, artinya memiliki konsistensi internal yang baik dan layak digunakan untuk pengukuran dalam penelitian ini.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah data dalam suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak. Salah satu metode yang umum digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov, di mana data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Sig.) lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi data sampel dengan distribusi normal. Dengan demikian, jika hasil uji menunjukkan nilai Sig. > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan dalam analisis statistik parametrik.

Tabel 4.6

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.60745627
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.049
	Negative	-.081

Kolmogorov-Smirnov Z	.805
Asymp. Sig. (2-tailed)	.214

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai residual tak terstandarisasi, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,214, yang lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis statistik parametrik selanjutnya.

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu metode dalam analisis regresi yang digunakan untuk mendeteksi adanya hubungan linear yang kuat antar variabel independen dalam suatu model. Multikolinearitas dapat menjadi masalah serius karena dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan. Uji ini biasanya dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance; jika nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Dengan demikian, uji ini penting untuk memastikan bahwa setiap variabel independen memberikan kontribusi yang unik terhadap model dan tidak saling memengaruhi secara berlebihan.

Tabel 4.7

Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.304	3.288
	Suasana Café	.304	3.288

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

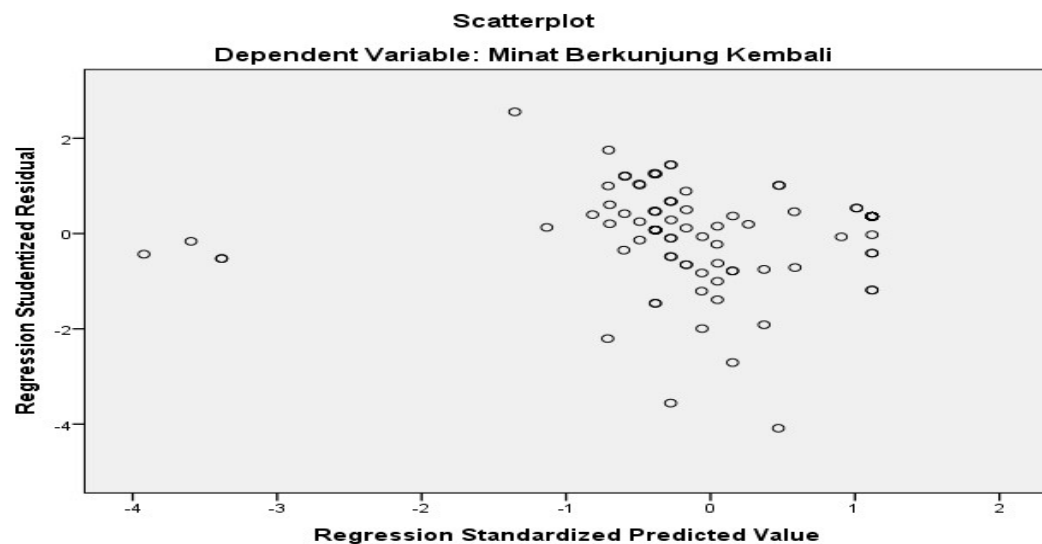
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada model regresi, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Suasana Café memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,304 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 3,288. Karena nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model. Artinya, kedua variabel independen tersebut tidak memiliki hubungan linear yang kuat satu sama lain dan dapat digunakan secara bersamaan dalam analisis regresi tanpa menimbulkan bias.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan metode *scatterplot* merupakan salah satu cara untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau galat pada setiap tingkat prediksi dalam model regresi. Dalam pengujian ini, residual akan diplot terhadap nilai prediksi (predicted value) untuk melihat pola penyebarannya. Jika titik-titik residual tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu (seperti menyebar meruncing atau melebar), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model

memenuhi asumsi homoskedastisitas. Sebaliknya, jika terdapat pola tertentu, maka kemungkinan terjadi heteroskedastisitas, yang dapat memengaruhi validitas estimasi regresi.

Gambar 4.1 Heteroskedastisitas Scatterplots



Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar garis horizontal tanpa membentuk pola tertentu yang jelas, baik mengerucut maupun melebar. Pola penyebaran ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan pada seluruh tingkat prediksi, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas terpenuhi, dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.2.3 Persamaan Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.8

Persamaan Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.756	1.706		1.615	.110
1 Kualitas Pelayanan	.444	.100	.429	4.420	.000
Suasana Café	.451	.095	.459	4.726	.000

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil output pada tabel *Coefficients*, persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,756 + 0,444X_1 + 0,451X_2$$

Keterangan:

Y = Minat Berkunjung Kembali

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Suasana Café

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Minat Berkunjung Kembali sebesar 0,444, dan setiap peningkatan satu satuan pada Suasana Café akan meningkatkan Minat Berkunjung Kembali sebesar 0,451, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

4.2.3.1 Uji t

Uji t (uji parsial) adalah salah satu metode dalam analisis regresi yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel

independen secara individual terhadap variabel dependen. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan dalam model regresi. Ketentuan uji t adalah: jika nilai signifikansi (*Sig.*) $< 0,05$ atau nilai *t-hitung* $> t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika *Sig.* $> 0,05$ atau *t-hitung* $< t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Tabel 4.9

Hasil Uji t

Model	T	Sig.
(Constant)	1.651	.102
1 Kualitas Pelayanan	4.420	.000
Suasana Café	4.726	.000

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji t parsial, maka:

1. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai *t-hitung* sebesar 4,420 dan nilai signifikansi 0,000. Karena *t-hitung* $> t\text{-tabel}$ ($4,420 > 1,290$) dan *Sig.* $< 0,05$, maka Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam.
2. Variabel Suasana Café memiliki nilai *t-hitung* sebesar 4,726 dan nilai signifikansi 0,000. Karena *t-hitung* $> t\text{-tabel}$ ($4,726 > 1,290$) dan *Sig.* $<$

0,05, maka Suasana Café berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam.

Kesimpulannya, kedua variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan dan Suasana Café, berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam.

4.2.3.2 Uji f

Uji F adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi secara simultan pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi secara keseluruhan layak digunakan atau tidak. Ketentuan pengujian uji F adalah jika nilai *F-hitung* lebih besar dari *F-tabel* dan nilai signifikansi (*Sig.*) kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika *F-hitung* kurang dari *F-tabel* dan *Sig.* lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan model regresi dianggap tidak signifikan secara keseluruhan. Dengan demikian, uji F menjadi dasar untuk menilai kecocokan model regresi dalam menjelaskan variabel yang diteliti.

Tabel 4.10

Hasil Uji f

Model	F	Sig.
-------	---	------

1	Regression	126.152	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji F, nilai F-hitung sebesar 126,152 dengan nilai signifikansi 0,000, yang mana nilai F-hitung ini jauh lebih besar dari F-tabel sebesar 3,090 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe dalam model berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam. Dengan kata lain, model regresi yang digunakan layak dan dapat menjelaskan hubungan antara variabel dengan baik.

4.2.3.3 Uji Koefisien Determinasi R Square

Uji koefisien determinasi, yang biasa dilambangkan dengan R^2 , adalah ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi atau perubahan pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati angka 1 menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang semakin baik dalam menjelaskan variasi data. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan bahwa variabel independen kurang mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Dengan demikian, uji ini penting untuk menilai tingkat kecocokan dan efektivitas model regresi dalam menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti.

Tabel 4.11

Koefisien Determinasi R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	.722	.717	2.61356

a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil analisis model, nilai Adjusted R Square sebesar 0,722 menunjukkan bahwa sekitar 72,2% variasi dalam variabel Minat Berkunjung Kembali dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Suasana Café. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan dan cukup kuat dalam memprediksi minat pengunjung untuk kembali ke Batam Tourism Polytechnic. Sisanya, sebesar 27,8%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, model regresi ini cukup efektif dalam menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan, suasana café, dan minat berkunjung kembali.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam

Berdasarkan hasil uji statistik, variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan nilai *t-hitung*

sebesar 4,420 dan nilai signifikansi 0,000. Karena $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($4,420 > 1,290$) dan $\text{Sig.} < 0,05$. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berperan penting dalam mendorong pengunjung untuk kembali ke Batam Tourism Polytechnic. Hal ini sesuai dengan argumen Grönroos (2007) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui kepuasan dan kepercayaan.

Lebih lanjut, definisi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menekankan bahwa kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan tentang tingkat keunggulan pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka. Jika pelayanan yang diberikan melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas dan termotivasi untuk kembali, sebagaimana terlihat pada hasil penelitian ini. Dalam konteks Batam Tourism Polytechnic, pelayanan yang responsif, profesional, dan penuh perhatian dari staf institusi diyakini mampu menciptakan kesan positif yang mendalam bagi pengunjung.

Penelitian ini juga menguatkan teori Zeithaml et al. (1996) yang membagi kualitas pelayanan ke dalam lima dimensi utama, yakni keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Kualitas pelayanan yang optimal di semua dimensi ini akan meningkatkan kepuasan dan minat pelanggan untuk kembali, yang secara tidak langsung juga memperkuat citra positif institusi di mata publik.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pengunjung yang mengalami pelayanan berkualitas di Batam Tourism Polytechnic cenderung lebih loyal dan

memiliki intensi kuat untuk kembali. Hal ini konsisten dengan teori Oliver (1999) yang menyatakan bahwa kepuasan yang tinggi berujung pada loyalitas pelanggan, termasuk minat berkunjung ulang. Pengalaman positif selama interaksi dengan pelayanan institusi memicu pembentukan ikatan emosional yang mendukung perilaku kunjungan kembali.

Selain itu, Lovelock dan Wirtz (2011) menegaskan bahwa dalam sektor jasa, kualitas pelayanan tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan tetapi juga pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau kunjungan ulang. Dalam studi ini, pelayanan yang memenuhi atau melampaui harapan pengunjung di Batam Tourism Polytechnic berkontribusi besar dalam meningkatkan minat mereka untuk berkunjung kembali, yang berimplikasi pada keberlanjutan institusi.

Temuan penelitian ini juga relevan dengan pandangan Bitner (1990) yang menyebutkan bahwa kualitas interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan merupakan elemen penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas. Dalam konteks Batam Tourism Polytechnic, komunikasi yang efektif, sikap ramah, dan kesigapan staf memberikan nilai tambah bagi kualitas pelayanan yang dirasakan pengunjung.

Dari sudut pandang manajemen strategis, pengelolaan kualitas pelayanan yang berfokus pada kebutuhan dan harapan pelanggan merupakan strategi penting untuk mempertahankan dan menarik kembali pengunjung, sebagaimana disarankan oleh Kotler dan Keller (2016). Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa fokus

pada peningkatan kualitas pelayanan dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi Batam Tourism Polytechnic.

211 Penelitian ini juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berperan sebagai variabel pengaruh langsung terhadap minat berkunjung kembali, tetapi juga berfungsi sebagai pondasi dalam membangun reputasi dan kepercayaan yang berkelanjutan. 198 Hal ini sejalan dengan teori Zeithaml dan Bitner (2000) yang menyatakan bahwa reputasi institusi sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan.

Selain teori-teori klasik tersebut, penelitian ini mendukung temuan studi kontemporer yang menunjukkan bahwa dalam era digital dan persaingan global, 8 kualitas pelayanan menjadi faktor krusial dalam mempertahankan loyalitas 8 pelanggan, sebagaimana diungkapkan oleh Parasuraman (2005). Pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah semakin menjadi tuntutan yang tidak bisa ditawar lagi, terutama dalam konteks institusi pendidikan dan pariwisata.

77 Kesimpulannya, pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali yang ditemukan dalam penelitian ini memberikan implikasi praktis yang jelas bagi pengelola Batam Tourism Polytechnic. Investasi dalam pelatihan staf, peningkatan fasilitas, dan pengembangan standar layanan yang konsisten akan memperkuat loyalitas pengunjung dan mendukung pertumbuhan institusi secara berkelanjutan. 102 Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat teori kualitas pelayanan dalam literatur, tetapi juga memberikan arahan konkret untuk pengelolaan layanan yang lebih efektif di lapangan.

4.3.2 Pengaruh Suasana Café Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Suasana Café memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan nilai *t*-hitung sebesar 4,726 dan nilai signifikansi 0,000. Karena *t*-hitung > *t*-tabel (4,726 > 1,290) dan Sig. < 0,05. Temuan ini menegaskan bahwa suasana atau atmosfer café di Batam Tourism Polytechnic memegang peranan penting dalam memotivasi pengunjung untuk datang kembali. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa atmosfer suatu tempat dapat secara signifikan memengaruhi perilaku konsumen, termasuk minat kunjungan ulang.

Teori “servicescape” yang dikembangkan oleh Bitner (1992) sangat relevan dalam konteks ini, di mana lingkungan fisik seperti desain interior, pencahayaan, tata letak, dan kebersihan café membentuk suasana yang memengaruhi persepsi dan kenyamanan pengunjung. Suasana yang nyaman dan menyenangkan akan menciptakan pengalaman positif yang menumbuhkan rasa betah dan keinginan untuk kembali berkunjung.

Penelitian ini memperkuat konsep bahwa pengalaman pelanggan yang didukung oleh suasana fisik yang kondusif memiliki dampak besar terhadap loyalitas pelanggan, sebagaimana dijelaskan oleh Pine dan Gilmore (1998) dalam teori pengalaman ekonomi. Mereka menyatakan bahwa pengalaman unik dan berkesan dalam sebuah tempat dapat meningkatkan keterikatan emosional pelanggan, yang menjadi faktor utama dalam keputusan untuk berkunjung kembali.

218 Hasil penelitian ini juga selaras dengan studi Wakefield dan Blodgett (1996)
yang menemukan bahwa suasana tempat, termasuk faktor-faktor seperti musik,
45 dekorasi, dan tata ruang, berkontribusi signifikan terhadap kepuasan dan niat
pengunjung untuk kembali. Suasana café yang menarik di Batam Tourism
45 Polytechnic memberikan nilai tambah yang penting dalam membangun loyalitas
pengunjung.

Selain itu, Baker et al. (1994) mengemukakan bahwa elemen-elemen dalam
lingkungan ritel, termasuk aroma, suara, dan pencahayaan, dapat menciptakan
atmosfer yang memengaruhi perilaku konsumen. Dalam konteks Batam Tourism
256 Polytechnic, suasana café yang mendukung interaksi sosial dan relaksasi menjadi
bagian dari strategi yang efektif untuk meningkatkan minat berkunjung kembali.

167 Penulis berargumen bahwa suasana café tidak hanya berfungsi sebagai latar
fisik, tetapi juga sebagai media yang menyampaikan identitas dan nilai-nilai institusi
kepada pengunjung. Hal ini sesuai dengan pandangan Schmitt (1999) yang
menekankan pentingnya pengalaman merek (brand experience) yang menyeluruh,
termasuk aspek fisik lingkungan, untuk membentuk kesan dan loyalitas pelanggan.

187 Hasil penelitian ini juga mendukung teori manajemen layanan yang
dikemukakan Lovelock dan Wirtz (2011), yang menyatakan bahwa pengelolaan
270 suasana yang tepat dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam industri jasa. Dalam
Batam Tourism Polytechnic, pengelolaan suasana café yang baik memungkinkan
institusi untuk membedakan diri dari kompetitor dan menciptakan hubungan jangka
132 panjang dengan pengunjung.

Studi ini menegaskan bahwa suasana café berperan sebagai faktor emosional yang memperkuat kepuasan pelanggan, sebagaimana dijelaskan oleh Holbrook dan Hirschman (1982). Mereka menyatakan bahwa pengalaman emosional dalam konsumsi layanan atau produk sangat menentukan loyalitas pelanggan dan niat kunjungan ulang.

Penulis juga mencatat bahwa suasana café yang baik dapat meningkatkan mood dan kenyamanan pengunjung, yang secara psikologis meningkatkan kemungkinan mereka untuk berlama-lama dan melakukan kunjungan ulang, sejalan dengan teori Mehrabian dan Russell (1974) tentang pengaruh lingkungan terhadap respons perilaku individu.

Kesimpulannya, temuan yang menunjukkan pengaruh signifikan suasana café terhadap minat berkunjung kembali menegaskan pentingnya pengelolaan lingkungan fisik yang mendukung pengalaman pelanggan di Batam Tourism Polytechnic. Implementasi teori-teori ini dalam praktik pengelolaan café akan membantu institusi dalam membangun loyalitas pengunjung dan meningkatkan daya saing institusi di masa depan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana café di Batam Tourism Polytechnic memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengunjung untuk berkunjung kembali. Kualitas pelayanan yang responsif, profesional, dan penuh perhatian mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengunjung, sehingga mendorong mereka untuk kembali. Selain itu, suasana café yang nyaman dan menarik menciptakan pengalaman positif yang memperkuat ikatan emosional pengunjung dengan institusi, sehingga meningkatkan minat kunjungan ulang. Kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi penting dalam membangun citra positif, reputasi, dan daya saing Batam Tourism Polytechnic sebagai institusi pendidikan yang menyediakan layanan dan fasilitas pendukung yang memadai.

5.2 Saran

5.2.1 Batam Tourism Polytechnic sebaiknya terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan rutin bagi staf agar kemampuan komunikasi, responsivitas, dan profesionalisme semakin optimal. Hal ini untuk memastikan pelayanan yang memenuhi atau melebihi harapan pengunjung sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas mereka.

- 5.2.2 Pengelolaan suasana café perlu mendapat perhatian khusus, termasuk aspek desain interior, pencahayaan, kebersihan, serta elemen pendukung seperti musik dan aroma yang nyaman. Menciptakan suasana yang menyenangkan akan memperkuat pengalaman pelanggan dan memotivasi kunjungan berulang.
- 5.2.3 Institusi dapat mempertimbangkan penerapan konsep servicescape secara lebih menyeluruh dalam fasilitas pendukung, tidak hanya café, untuk menciptakan lingkungan yang kondusif dan menarik bagi pengunjung maupun mahasiswa.
- 5.2.4 Pengembangan standar operasional prosedur pelayanan yang konsisten dan inovatif penting dilakukan agar kualitas pelayanan tetap terjaga dalam jangka panjang dan dapat bersaing di era persaingan global.
- 5.2.5 Batam Tourism Polytechnic juga disarankan mengintegrasikan feedback pengunjung secara berkala untuk mengetahui kebutuhan dan harapan mereka terkait pelayanan dan suasana, sehingga dapat melakukan perbaikan yang tepat sasaran.
- 5.2.6 Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan memperluas variabel penelitian seperti harga, promosi, atau teknologi digital untuk mendapatkan gambaran lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan kembali.

Daftar Pustaka

- Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994). *The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image*. Journal of the Academy of Marketing Science, 24(4), 328–339.
- Bitner, M. J. (1990). *Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses*. Journal of Marketing, 54(2), 69–82.
- Bitner, M. J. (1992). *Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees*. Journal of Marketing, 56(2), 57–71.
- Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). *The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun*. Journal of Consumer Research, 9(2), 132–140.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. The MIT Press.
- Oliver, R. L. (1999). *Whence Consumer Loyalty?* Journal of Marketing, 63(Special Issue), 33–44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A. (2005). *Reflections on Gaps Model of Service Quality*. Managing Service Quality, 15(5), 404–409.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the Experience Economy*. Harvard Business Review, 76(4), 97–105.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing*. Journal of Marketing Management, 15(1-3), 53–67.
- Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996). *The Effect of the Servicescape on Customers' Behavioral Intentions in Leisure Service Settings*. Journal of Services Marketing, 10(6), 45–61.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing, 60(2), 31–46.

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA CAFE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI LABERS COFFEE BATAM"

Perkenalkan nama saya Vetrick Nainggolan dari Batam Tourism Politechnic.

Dengan hormat, Saya menyampaikan bahwa kuesioner ini disusun sebagai bagian dari penelitian yang bertujuan untuk mengetahui *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Café terhadap Minat Berkunjung Kembali di Labers Coffee Batam*. Partisipasi Anda sebagai responden sangat berarti dalam memberikan data yang akurat dan objektif guna mendukung keberhasilan penelitian ini. Seluruh informasi yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan semata-mata digunakan untuk kepentingan akademis. Kami mengucapkan terima kasih atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner ini dengan jujur dan lengkap.

A. Data Demografi Responden

Silakan isi data berikut ini:

1. Usia
 - ☐ < 17 tahun
 - ☐ 17–25 tahun
 - ☐ 26–35 tahun
 - ☐ 36–45 tahun
 - ☐ > 45 tahun
2. Jenis Kelamin
 - ☐ Laki-laki
 - ☐ Perempuan
3. Frekuensi kunjungan ke Labers Coffee
 - ☐ Baru pertama kali
 - ☐ 1–2 kali sebulan
 - ☐ 1–2 kali seminggu

- o Lebih dari 2 kali seminggu

B. Pernyataan Kuesioner

Skala Likert 1–5:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S),
5 = Sangat Setuju (SS)

I. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Pesanan saya disajikan sesuai dengan permintaan.					
2	Tidak ada kesalahan dalam pemesanan yang saya lakukan.					
3	Pelayanan diberikan dalam waktu yang cepat dan efisien.					
4	Staf mampu menangani keluhan dengan baik dan sopan.					
5	Area tempat duduk dan fasilitas umum dalam keadaan bersih.					
6	Staf menyambut saya dengan ramah saat datang.					
7	Staf memberikan pelayanan yang konsisten setiap kunjungan.					

II. Suasana Kafe

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Desain interior kafe terlihat menarik dan estetik.					
2	Kebersihan area kafe (meja, kursi, toilet) terjaga baik.					
3	Pencahayaan di dalam kafe terasa nyaman dan cukup.					
4	Musik di dalam kafe mendukung suasana yang santai.					
5	Suara di dalam kafe tidak bising dan tetap nyaman.					
6	Suhu ruangan di dalam kafe terasa nyaman.					
7	Kafe terasa nyaman untuk bersantai dalam waktu lama.					

III. Minat Berkunjung Kembali

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya berniat untuk kembali ke Labers Coffee dalam waktu dekat.					
2	Saya tertarik untuk kembali mengunjungi Labers Coffee.					
3	Saya akan merekomendasikan Labers Coffee kepada teman-teman saya.					
4	Saya akan merekomendasikan Labers Coffee kepada keluarga saya.					
5	Saya sering mengunjungi Labers Coffee lebih dari sekali.					

6	Saya tetap memilih Labers Coffee walaupun ada pilihan kafe lain.					
7	Saya merasa nyaman untuk terus mengunjungi Labers Coffee dalam jangka panjang.					

C. Penutup

Terima kasih atas waktu dan partisipasi Anda.

150

LAMPIRAN

Kualitas Pelayanan

Correlations

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7
p1	Pearson Correlation	1	.508**	.546**	.396**	.435**	.006	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.956	
	N	100	100	100	100	100	100	
p2	Pearson Correlation	.508**	1	.374**	.341**	.340**	-.077	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.001	.446	
	N	100	100	100	100	100	100	
p3	Pearson Correlation	.546**	.374**	1	.474**	.497**	.018	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.859	
	N	100	100	100	100	100	100	
p4	Pearson Correlation	.396**	.341**	.474**	1	.322**	.069	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.001	.493	
	N	100	100	100	100	100	100	
p5	Pearson Correlation	.435**	.340**	.497**	.322**	1	.057	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001		.575	
	N	100	100	100	100	100	100	
p6	Pearson Correlation	.006	-.077	.018	.069	.057	1	1
	Sig. (2-tailed)	.956	.446	.859	.493	.575		
	N	100	100	100	100	100	100	
p7	Pearson Correlation	.006	-.077	.018	.069	.057	1.000**	
	Sig. (2-tailed)	.956	.446	.859	.493	.575	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
Total	Pearson Correlation	.699**	.585**	.710**	.650**	.655**	.455**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	7

Suasana Café

Correlations

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7
p1	Pearson Correlation	1	.643**	.195	.482**	.376**	.482**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.051	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
p2	Pearson Correlation	.643**	1	.267**	.415**	.294**	.415**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000	.003	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
p3	Pearson Correlation	.195	.267**	1	.293**	.353**	.293**	
	Sig. (2-tailed)	.051	.007		.003	.000	.003	
	N	100	100	100	100	100	100	
p4	Pearson Correlation	.482**	.415**	.293**	1	.264**	1.000**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003		.008	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
p5	Pearson Correlation	.376**	.294**	.353**	.264**	1	.264**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.008		.008	
	N	100	100	100	100	100	100	
p6	Pearson Correlation	.482**	.415**	.293**	1.000**	.264**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.008		
	N	100	100	100	100	100	100	
p7	Pearson Correlation	.376**	.294**	.353**	.264**	1.000**	.264**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.008	.000	.008	
	N	100	100	100	100	100	100	
Total	Pearson Correlation	.729**	.686**	.567**	.737**	.729**	.737**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	7

Minat Berkunjung Kembali

Correlations

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7
p1	Pearson Correlation	1	.293**	.132	-.013	.224*	.243*	
	Sig. (2-tailed)		.003	.190	.896	.025	.015	
	N	100	100	100	100	100	100	
p2	Pearson Correlation	.293**	1	.319**	.397**	.258**	.272**	
	Sig. (2-tailed)	.003		.001	.000	.010	.006	
	N	100	100	100	100	100	100	
p3	Pearson Correlation	.132	.319**	1	.570**	.505**	.515**	
	Sig. (2-tailed)	.190	.001		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
p4	Pearson Correlation	-.013	.397**	.570**	1	.462**	.459**	1
	Sig. (2-tailed)	.896	.000	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
p5	Pearson Correlation	.224*	.258**	.505**	.462**	1	.992**	
	Sig. (2-tailed)	.025	.010	.000	.000		.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
p6	Pearson Correlation	.243*	.272**	.515**	.459**	.992**	1	
	Sig. (2-tailed)	.015	.006	.000	.000	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	
p7	Pearson Correlation	-.013	.397**	.570**	1.000**	.462**	.459**	
	Sig. (2-tailed)	.896	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
Total	Pearson Correlation	.379**	.589**	.734**	.803**	.791**	.799**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	

.826	7
------	---

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT y
  /METHOD=ENTER x1 x2
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
  /SAVE RESID.
```

Regression

Notes		
Output Created		14-AUG-2025 00:05:02
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Definition of Missing		User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Cases Used		

Syntax	REGRESSION	
	/MISSING LISTWISE	
	/STATISTICS COEFF OUTS R	
	ANOVA COLLIN TOL	
	/CRITERIA=PIN(.05)	
	POUT(.10)	
	/NOORIGIN	
	/DEPENDENT y	
	/METHOD=ENTER x1 x2	
	/SCATTERPLOT=(*SRESID	
	,*ZPRED)	
	/SAVE RESID.	
Resources	Processor Time	00:00:00,73
	Elapsed Time	00:00:01,66
	Memory Required	1644 bytes
	Additional Memory Required for	232 bytes
Variables Created or Modified	Residual Plots	
	RES 1	Unstandardized Residual

[DataSet0]

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.558	2.63420

a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	879.906	2	439.953	63.403	.000 ^b
Residual	673.084	97	6.939		
Total	1552.990	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

b. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.993	2.419		1.651	.102
Kualitas Pelayanan	.229	.102	.192	2.254	.026
Suasana Café	.622	.086	.618	7.262	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas Pelayanan	Suasana Cafe
1	1	2.985	1.000	.00	.00	.00
	2	.010	17.427	.59	.00	.62
	3	.005	24.171	.40	1.00	.38

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

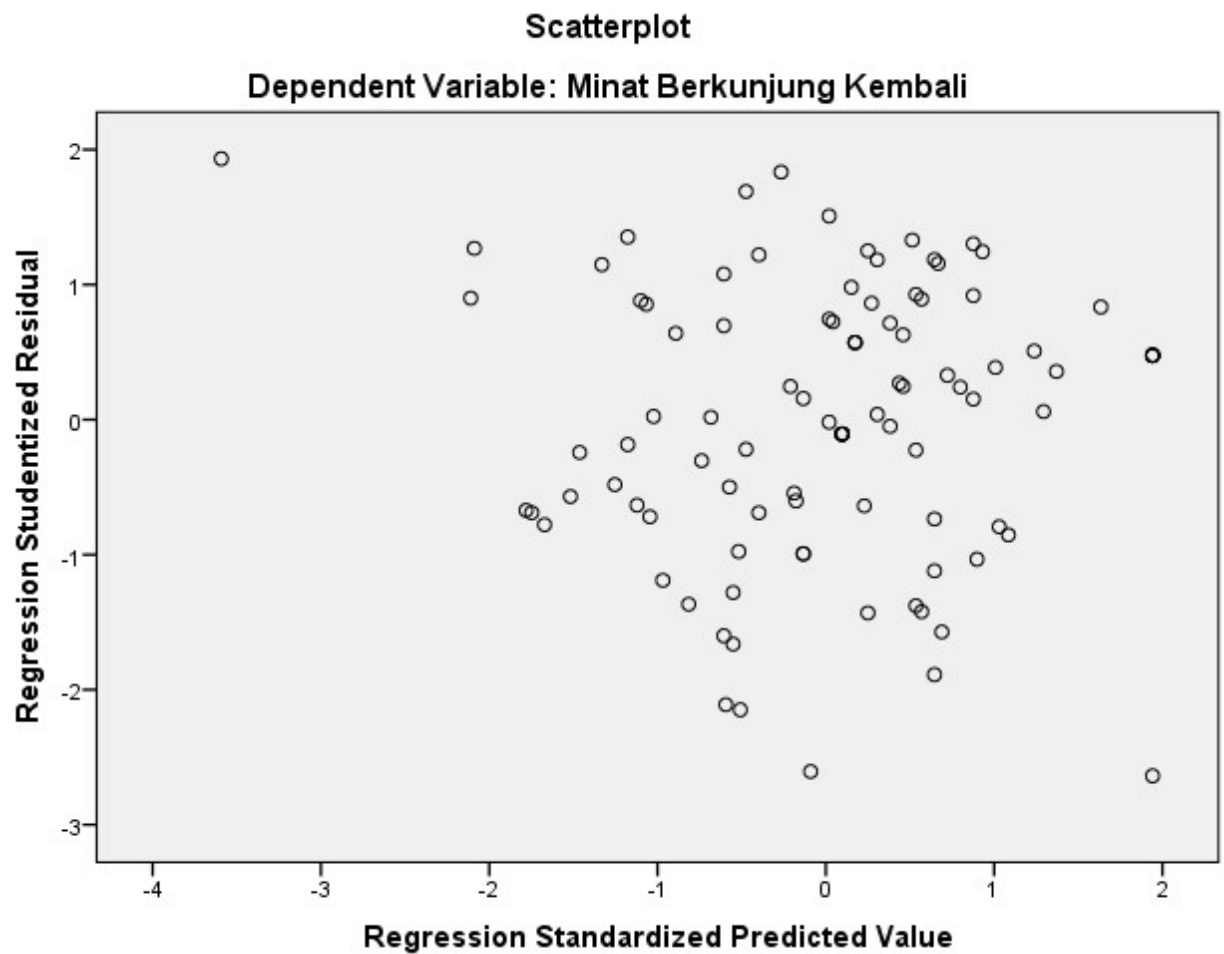
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
--	---------	---------	------	----------------	---

Predicted Value	17.2799	33.7765	27.9900	2.98126	100
Std. Predicted Value	-3.592	1.941	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.267	1.024	.429	.156	100
Adjusted Predicted Value	16.5077	34.1249	28.0000	3.00445	100
Residual	-6.77650	4.80222	.00000	2.60746	100
Std. Residual	-2.573	1.823	.000	.990	100
Stud. Residual	-2.638	1.933	-.002	1.010	100
Deleted Residual	-7.12493	5.49233	-.01004	2.71385	100
Stud. Deleted Residual	-2.724	1.961	-.004	1.019	100
Mahal. Distance	.030	13.975	1.980	2.534	100
Cook's Distance	.000	.204	.014	.033	100
Centered Leverage Value	.000	.141	.020	.026	100

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Charts

**NPAR TESTS**

```
/K-S (NORMAL) =RES_1  
/MISSING ANALYSIS.
```

NPar Tests**Notes**

Output Created

14-AUG-2025 00:05:37

Comments

Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
		NPAR TESTS
Syntax		/K-S(NORMAL)=RES_1
		/MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,07
	Number of Cases Allowed ^a	196608

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet0]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.60745627
	Absolute	.081
Most Extreme Differences	Positive	.049
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		.805
Asymp. Sig. (2-tailed)		.535

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Daftar Pustaka

- 29 Apriliya, W., & Efiani. (2023). Analisis Suasana Café, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di café Masalalu. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 728–738.
- 29 Areros, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(4).
- 57 Asys, B. W., Kusuma, H. E., & Ishak, R. A. (2022). EMPAT MOTIVASI KEINGINAN BERKUNJUNG KEMBALI KONSUMEN KE KEDAI KOPI. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 9(2), 165–175. <https://doi.org/10.24252/nature.v9i2a1>
- 9 Baskoro, D. A., Mahmudah, F., Tinggi, S., Bogor, P., Curug, J., No, M., Bogor, Y. K., Barat, J., & Pati, S. (2022). *Pengaruh Harga dan Suasana Café*

terhadap Keputusan Pembelian Café atmosphere Purchasing decisions. 05(17), 136–162.

26 Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57. <https://doi.org/10.2307/1252042>

25 Choi, H. (Hailey), Joung, H.-W. (David), Choi, E.-K. (Cindy), & Kim, H.-S. (2022). Understanding vegetarian customers: the effects of restaurant attributes on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Foodservice Business Research*, 25(3), 353–376. <https://doi.org/10.1080/15378020.2021.1948296>

123 Djatola, H. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Tanaris Sulawesi Tengah*. 5, 112–120.

36 Elake, A. A., Ronald, S., Saleky, J., & Ufie, A. J. R. (2024). Fasilitas Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Hunimua , Kabupaten Maluku Tengah. *Adiministrasi Terapan*, 3(1), 264–272.

17 Enik Oktafiana, Bayu Kurniawan, & Henry Casandra Gultom. (2024). PENGARUH CAFE ATMOSPHERE DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(6), 91–99. <https://doi.org/10.69714/w1yk9351>

3 Grace Amalia Tondang, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, & Budi Dharma. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 15–26. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12913](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12913)

62 Hajarisman, N., & Herlina, M. (2022). *Buku Ajar Analisis Regresi dan Aplikasinya menggunakan SPSS Program Studi Statistika*. March, 1–89. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14988.80008>

124 Hardani, Nur, H. A., Helmina, A., & Roushandy, A. F. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif \$ Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

50 Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KANTOR INDIHOME GEGERKALONG DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.

9 152 Lestari, R. A., Cafe, A., & Intention, R. (2024). Pengaruh Atmosphere Cafe Puncut Food Park Terhadap Minat Revisist Intention. *Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 5348–5356.

17 Murni, T., & Yolana Nabilla, H. (2024). PENGARUH STORE ATMOSPHERE,

109 KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN. *AKSES : JOURNAL OF PUBLIK & BUSINESS
ADMINISTRATION SCIENCE*, 6(1), 24–31.
<https://doi.org/10.58535/jasm.v6i1.48>

76 Nor, S., Binti, F., Shariff, A., Binti, M., & Binti, S. N. (2015). *The Influence of
Service Quality and Food Quality Towards Customer Fulfillment and Revisit
38 Intention The Influence of Service Quality and Food Quality Towards
Customer Fulfillment and Revisit Intention*. January.
<https://doi.org/10.3968/7369>

139 Paramita. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan
Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi dan Manajemen*. (ketiga).
Widya Gama Press.

42 Parasuraman, a, Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. (1988). SERQUAL: A Multiple-
Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. In
Journal of Retailing (Vol. 64, p. 28). [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)

13 Purnawarman, A. F., Hermani, A., & Pradhanawati, A. (2022). Pengaruh Kualitas
Produk dan Suasana Cafe terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada
Cafe Portobello Sumurboto Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*,
11(1), 109–117. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33523>

74 Rahayu, A. B., Nurhasan, R., & Dhamayanty, S. (2024). PENGARUH
SERVICESCAPE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN CAFÉ BALONG AJA KABUPATEN
GARUT. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 3(3),
1327–1342.

43 Ratna, W. D. P., Noviyansyah, R., & Riza, B. S. (2021). *Metode Penelitian
Kuantitatif*. Jawa Timur: Widya Gama Press.

43 Ratna, W., Noviansyah, R., & Riza, B. S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
Jawa Timur: Widya Gama Press.

41 Sari, P. A., Niaga, P. T., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Niaga, P. T., Ekonomi, F.,
& Surabaya, U. N. (2020). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CAFE
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada
Pelanggan Tipe Cafe Surabaya) Saino*. 8(2).

55 Seren, & Chrystiani, R. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Repurchase Intention
Pada Coffeshop Di Kota Batam Dengan Customer Satisfaction Sebagai
Mediasi. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2).
<https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.22539>

83 Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap
Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata*

Niaga, 8(1), 750–756.

82 Sidik Priadana, dan D. S. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Sidik, Priadana Denok, Sunarsi*. Tangerang Selatan Pascal Books.

17 Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

164 84 Zulfadhli, F. A., & Ernawadi, Y. (2024). Kontribusi Social Value, Atmosphere dan Food Quality dalam meningkatkan Revisit Intention Pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(3), 1075–1083. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.8758>