

PENGARUH VARIAN PRODUK DAN ATMOSFER KAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA AMATI COFFEE TEA AND RESTO BATU AJI)

THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIETY AND CAFE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY ON AMATI COFFEE TEA AND BATU AJI RESTO)

Rimdi Anggrelia¹ Tirta Mulyadi²

¹Program Studi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

ABSTRACT

This research is motivated by the increase in coffee shop business competition in Batam City which makes business actors have to find ways to retain their customers, so it is necessary to know what factors affect customer satisfaction amid high business competition in Batam City. This study aims to determine the influence of product variants and café atmosphere on customer satisfaction at Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. The sample of this study is Amati Coffee Tea and Resto consumers who have purchased food at Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji with an age range of 15 years and above. This type of research is quantitative research, the sampling techniques used are probability sampling and simple random sampling with a total sample of 148 respondents. Data collection techniques are carried out using questionnaires, interviews, observations and documents. The analysis technique used is multiple linear regression using SPSS 25 appropriation. The results based on this study state that product variants and café atmospheres affect customer satisfaction, while product variants (X_1) and café atmosphere (X_2) simultaneously have a positive effect on customer satisfaction (Y) at Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji with a contribution of 48.8% contained, 51.2% influenced by other factors.

Keywords: Product Variant, Cafe Atmosphere and Costumer Satisfacation

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya peningkatan persaingan bisnis *coffee shop* di Kota Batam yang membuat para pelaku usaha harus mencari cara agar bisa mempertahankan pelanggannya, sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ditengah tingginya persaingan bisnis di Kota Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari varian produk dan atmosfer kafe terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Sampel penelitian ini adalah konsumen Amati Coffee Tea and Resto yang sudah pernah melakukan pembelian makanan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji dengan rentang usia 15 tahun keatas. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 148 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan dokumen. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda menggunakan donasi aplikasi SPSS 25. Hasil berdasarkan penelitian ini menyatakan bahwa Varian Produk dan Atmosfer Kafe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Varian produk (X_1) dan Atmosfer kafe (X_2) secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji dengan kontribusi sebesar 48,8% yang terkandung, sebesar 51,2% dipengaruhi oleh faktor yang tidak termasuk kedalam regresi.

Kata kunci: Varian Produk, Atmosfer Kafe dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis kuliner terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini dilihat dari tingginya tingkat persaingan bisnis dalam memasarkan produk. Ketatnya persaingan bisnis terjadi pada berbagai bidang, termasuk bisnis kuliner. Gaya hidup dan selera konsumsi masyarakat yang terus berkembang menyebabkan usaha kuliner semakin bertambah dan meluas. Kebutuhan dasar yang wajib terpenuhi yaitu kebutuhan akan makanan dan minuman sehingga membuat bisnis kuliner menjadi terkenal di kalangan masyarakat Indonesia. Dalam mensejahterakan rakyat, perkembangan ekonomi sangatlah berperan penting. Saat ini, industri makanan memiliki

prospek yang cerah, karena orang membutuhkan makanan, minuman dan tempat untuk bersantai dari kegiatan sehari-hari mereka.

Salah satunya adalah kedai kopi. Kedai kopi merupakan tempat yang sederhana dan sangat menarik, cocok untuk bersantai dan bercengkerama bersama teman-teman. Banyaknya pesaing kedai kopi membuat pemilik kedai harus lebih kreatif dalam menciptakan konsep yang berbeda dari kedai kopi yang sudah ada sehingga dapat menarik perhatian pengunjung. Pada umumnya pemilik kedai kopi melakukan riset terlebih dahulu berdasarkan tren, pasar lokal dan kebiasaan masyarakat. Menciptakan hal-hal baru dan berbeda dari sebelumnya sehingga disukai oleh masyarakat.

Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya bisnis di Indonesia pada era millenial saat ini, sektor kuliner memiliki bisnis yang semakin beragam. Hal ini terbantu dengan maraknya pengusaha kuliner yang mengembangkan usahanya dengan meluncurkan kafe-kafe yang lebih kreatif dan modern. Kafe sangat mudah ditemukan bagi kita saat ini, tidak jarang di daerah perkotaan dan pinggiran kota. Semakin banyaknya kafe yang bermunculan, semua pemain industri ini harus pandai membedakan diri agar menarik konsumen untuk membeli dan tetap setia untuk terus berkunjung ke kafe tersebut. Sekarang sudah banyak kafe yang lebih atraktif, diferensiasi dan kompetitif. Kedai kopi atau yang biasa disebut kafe atau *coffee shop*, lebih dari sekadar tempat untuk bersantai, mengobrol, bertemu rekan kerja dan menikmati pengangkir kopi. Tempat ini juga menjadi tempat para pengunjung untuk berfoto selfie dan menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan.

Menurut hasil observasi peneliti, saat ini di Kota Batam banyak sekali ditemukan kafe-kafe yang menciptakan atmosfer kafe sebagai daya tarik bagi pengunjung, seperti eksterior, interior yang unik dan menarik. Selain suasana toko yang memotivasi konsumen untuk berkunjung yaitu varian produk dari makanannya. Dengan adanya produk yang beragam serta kafe yang terdapat unsur estetis dan nyaman membuat banyaknya pengunjung yang tertarik dan merasa puas terhadap apa yang mereka dapatkan. Pelanggan yang puas dengan produk, fasilitas dan suasana memiliki harapan yang tinggi untuk melakukan pembelian ulang dan dapat menjadi pelanggan tetap.

Perkembangan perusahaan kuliner yang lahir di Kota Batam telah memungkinkan pelaku usaha bersaing dengan berbagai jenis pesaing. Salah satu upaya yang dapat dilakukan pelaku ekonomi adalah mengembangkan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berdampak pada kepuasan pelanggan dan berkelanjutan. Indikator yang sangat andal untuk kelangsungan suatu hubungan. Memiliki pelanggan lama dan terus menarik pelanggan baru dengan konsep kepuasan pelanggan akan berdampak signifikan pada pangsa pasar.

Suatu perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan harus mencari tahu terlebih dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan pada saat ini dan pada masa yang akan datang. Kota Batam termasuk kota yang sedang mengalami kemajuan dan peningkatan ekonomi dari berbagai bidang, salah satunya adalah bidang kuliner. Kota Batam merupakan kota yang memiliki prospek yang bagus bagi para pengusaha di bidang kuliner karena tidak hanya masyarakat Indonesia saja yang berada di kota Batam, melainkan banyak warga negara asing yang berkunjung dan tinggal di kota Batam.

Menurut data yang terdapat di batamkota.bps.go.id, jumlah penduduk di kota Batam pada tahun 2020 yaitu 1,196 juta jiwa. Dari seluruh Kecamatan yang ada di kota Batam, kecamatan Batu Aji merupakan salah satu daerah yang padat penduduk dengan berbagai usia. Di kecamatan Batu Aji juga banyak ditemui kafe-kafe yang kreatif dan menyenangkan untuk dijadikan tempat tongkrongan anak-anak remaja hingga orang dewasa. Salah satu *coffee shop* yang berada di daerah Batu Aji yaitu Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji ini merupakan salah satu kafe yang dikenal oleh masyarakat kota Batam. Dari banyaknya kafe yang berada di Batu Aji, Amati Coffee Tea

and Resto Batu Aji menjadi salah satu kafe yang ramai pengunjung.

Tabel 1. 1 Data Rata-rata Pengunjung Kafe Amati Batu Aji

Rata-rata Pengunjung Juli 2021 – Juni 2022	
	Jumlah Pengunjung
Hari	235
Bulan	7050
Tahun	84000

Sumber: Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji, 2022

Dari data tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung yang datang ke Amati Coffee Tea and Resto, rata-rata perharinya sebanyak 235 pengunjung, perbulannya 7050 pengunjung dan pertahunnya sebanyak 84000 pengunjung. Amati Coffee Tea and Resto merupakan salah satu usaha di bidang kuliner yang menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman berupa cemilan ringan maupun makanan berat serta kopi, teh dan sebagainya. Amati Coffee Tea and Resto yang berada di daerah Batu Aji ini menjadi salah satu *cafe* yang menghadapi ketatnya persaingan bisnis *coffee shop* pada masa ini, oleh karena itu Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji harus mencari strategi untuk dapat memuaskan pelanggannya, Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji ini harus mengembangkan strategi penjualannya misalnya dengan menciptakan menu *coffee* dan makanan yang beragam serta memberikan suasana *cafe* yang nyaman untuk para konsumen yang datang.

Adanya ketersediaan produk makanan dan minuman yang beragam, akan membuat masyarakat ingin datang ke Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Selain varian produk yang beragam, Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji juga menciptakan atmosfer melalui desain dari ruangan yang dibuat semenarik mungkin seperti memberikan kesan *homestay* yang dapat membuat pelanggan merasa seperti berada di rumah. Atmosfer yang semakin lengkap akan lebih nyaman dengan pelayanan yang baik dari karyawan yang melayani pelanggan dengan ramah dan sopan, ini bisa berdampak pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyaknya kafe-kafe dengan desain yang menarik. Tempat yang estetis dan nyaman menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Gambar 1. 1 Atmosfer Kafe



Sumber: Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji, 2022

Kedua unsur diatas yang terdiri dari varian produk dan atmosfer kafe perlu diperhatikan, karena dari hasil wawancara penulis terhadap beberapa pelanggan Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji, varian produk dan atmosfer kafe adalah salah satu faktor yang memiliki pengaruh

terhadap kepuasan pelanggan. Amati Coffee Tea and Resto disini berusaha dalam meyakinkan dan mempengaruhi konsumen agar menggunakan atau membeli produk yang mereka tawarkan dan mengharapkan dapat menumbuhkan rasa puas dari konsumen agar melakukan pembelian ulang terhadap produk di masa yang akan datang. Selain itu, juga berdampak pada omzet penjualan makanan di Amati Coffee Tea and Resto.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Amati Coffee di Batu Aji Tahun 2021-2022

No	Tahun 2021 - 2022	Data penjualan (Rp)
1	Juli 2021	Rp. 275.300.000
2	Agustus 2021	Rp. 278.500.000
3	September 2021	Rp. 270.350.000
4	Oktober 2021	Rp. 285.800.000
5	November 2021	Rp. 283.000.000
6	Desember 2021	Rp. 284.570.000
7	Januari 2022	Rp. 291.000.000
8	Februari 2022	Rp. 302.100.000
9	Maret 2022	Rp. 298.500.000
10	April 2022	Rp. 310.750.000
11	Mei 2022	Rp. 315.250.000
12	Juni 2022	Rp. 323.500.000

Sumber: Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji, 2022

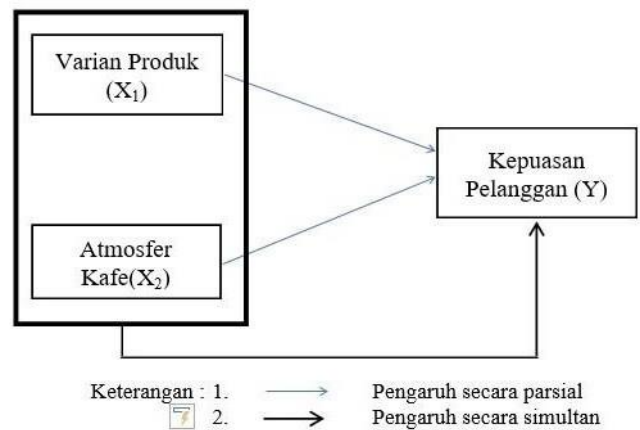
Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap *Coffee shop*. Peneliti memilih variabel varian produk dan atmosfer kafe karena selain banyaknya ketersediaan produk yang ditawarkannya seperti berbagai menu *Asian food* dan *Western food* yang akan membuat pelanggan merasa puas, Amati Coffee juga memiliki desain eksterior, interior dan *store layout* yang menarik sehingga membuat pelanggan Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji merasa nyaman. Alasan peneliti melakukan penelitian ini karena pihak Amati Coffee Tea and Resto juga memerlukan informasi tentang pengaruh berbagai macam produk dan kenyamanan dari suasana kafe terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas, penulis memilih judul sebagai berikut: “**Pengaruh Varian Produk dan Atmosfer Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji).**”

BAHAN DAN METODE

Penelitian Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kuantitatif, hipotesis yang digunakan asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2019) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada

filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut (Sugiyono, 2019) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih dalam suatu penelitian. Penelitian asosiatif yang digunakan oleh peneliti bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh varian produk (X_1) dan atmosfer kafe (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji.

Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian



Sumber data : Data diolah , 2022

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi menurut (Sugiyono, 2019) adalah keseluruhan unit atau sekelompok unit atau obyek yang kepadanya akan dilakukan penganalisaan dan penelitian. Jadi kelompok atau keseluruhan ini berupa unit-unit atau obyek yang berada pada kesatuan ciri yang sama atau hampir sama. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji dengan jumlah rata-rata 235 orang dalam satu hari. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian makanan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri yang sama atau hampir sama dengan populasinya (Sugiyono, 2019). Sampel ini merupakan representasi kelompok dimana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2019). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *simple random sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Simple random sampling* adalah pengambilan sampel yang dikatakan sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Maka ukuran sampel dapat

dihitung berdasarkan rumus Slovin, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

d^2 : gelat pendugaan (kesalahan pengambilan sampel ditetapkan 5%)

Populasi pengunjung dalam satu hari rata-rata mencapai 235 orang. Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah minimal sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{235}{235(0,05)^2 + 1}$$

$$n = 148$$

Metode Pengumpulan Data Kuesioner (Daftar Pertanyaan)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2019). Kuesioner merupakan metode pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi beberapa pertanyaan yang diajukan secara langsung menggunakan teknik penarikan sampel sistematis kepada konsumen Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji yang telah melakukan pembelian produk di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji dengan rentang lebih dari 1 kali dengan rentang usia lebih dari 15 tahun untuk mendapatkan respons atau tanggapan dan informasi yang diperlakukan oleh peneliti dalam waktu satu minggu. Penelitian ini menggunakan angket pernyataan tertutup dengan tanggapan yang telah ditentukan sebelumnya untuk setiap pernyataan.

Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono, 2019 digunakan sebagai teknik pengumpulan data, peneliti ini melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Pada penelitian ini, peneliti membahas dengan pihak terkait agar mendapatkan data yang konkret. Yang peneliti wawancara adalah pihak manajemen Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji.

Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan merekan secara sistematis untuk menguji gejala. Observasi harus memenuhi tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis dan dapat mengontrol keadaan (reliabilitas) dan signifikansi (validitas) merupakan salah satu teknik pengumpulan data. Observasi adalah proses kompleks yang terdiri dari proses biologis dan psikologis. Hal terpenting dalam menerapkan teknik observasional adalah mengandalkan observasi dan ingatan peneliti (Ahyar et al.,

2020). Teknik pengumpulan data ini dilakukan peneliti dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya mengenai pengaruh varian produk dan atmosfer kafe terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji.

Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019). Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2019). Uji validitas dilakukan agar peneliti dapat mengetahui suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Adapun hasil uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil Validitas Variabel X^1

Gambar 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Varian Produk

		Correlations					
		VP1	VP2	VP3	VP4	VP5	VP6
VP1	Pearson Correlation	1	.337	.383	.363	.450	.639
	Sig. (2-tailed)		.068	.037	.049	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30
VP2	Pearson Correlation	.337	1	.290	.480	.338	.364
	Sig. (2-tailed)	.068		.120	.007	.068	.048
	N	30	30	30	30	30	30
VP3	Pearson Correlation	.383	.290	1	.332	.424	.475
	Sig. (2-tailed)	.037	.120		.073	.019	.008
	N	30	30	30	30	30	30
VP4	Pearson Correlation	.363	.480	.332	1	.352	.723
	Sig. (2-tailed)	.049	.007	.073		.056	.000
	N	30	30	30	30	30	30
VP5	Pearson Correlation	.450	.338	.424	.352	1	.588
	Sig. (2-tailed)	.013	.068	.019	.056		.001
	N	30	30	30	30	30	30
VP6	Pearson Correlation	.639	.364	.475	.723	.588	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.048	.008	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALVP	Pearson Correlation	.725	.622	.648	.750	.737	.882
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Sumber: Data diolah melalui SPSS 25, 2022

Dari hasil pengujian di atas, kuesioner dari variabel X^1 ini terdiri dari 6 pernyataan yang telah diisi oleh 30 responden. Dari hasil perhitungan validitas pada gambar diatas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator valid. Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa seluruh r_{hitung} lebih dari r_{tabel} yang mana $r_{tabel} = 0,3061$, hal ini menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan yang diukur telah valid.

Hasil Validitas Variabel X²

Gambar 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Atmosfer Kafe

		Correlations							
		AK1	AK2	AK3	AK4	AK5	AK6	AK7	AK8
AK1	Pearson Correlation	1	.544**	.467**	.602**	.520**	.550**	.660**	.619**
	Sig. (2-tailed)		.002	.009	.000	.003	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AK2	Pearson Correlation	.544**	1	.628**	.505**	.701**	.829**	.540**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.004	.000	.000	.002	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AK3	Pearson Correlation	.467**	.628**	1	.511**	.537**	.539**	.724**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.004	.002	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AK4	Pearson Correlation	.602**	.505**	.511**	1	.496**	.589**	.576**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.004		.005	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AK5	Pearson Correlation	.520**	.701**	.537**	.496**	1	.667**	.436**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.002	.005		.000	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AK6	Pearson Correlation	.550**	.660**	.539**	.589**	.667**	1	.534**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.002	.001	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AK7	Pearson Correlation	.660**	.540**	.724**	.576**	.436**	.534**	1	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.001	.016	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
AK8	Pearson Correlation	.619**	.595**	.638**	.695**	.600**	.638**	.675**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALAK	Pearson Correlation	.765**	.802**	.768**	.771**	.779**	.809**	.811**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Sumber: Data diolah melalui SPSS 25, 2022

Dari hasil pengujian di atas, kuesioner dari variabel X² yang terdiri dari 8 pernyataan yang telah diisi oleh 30 responden. Dari hasil perhitungan validitas pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator valid. Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa seluruh r_{hitung} lebih dari r_{tabel} yang mana r_{tabel} = 0,3061, hal ini menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan yang diukur telah valid.

Hasil Validitas Variabel Y

Gambar 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

		Correlations					
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6
KP1	Pearson Correlation	1	.443*	.292	.456*	.360	.494**
	Sig. (2-tailed)		.014	.131	.011	.051	.008
	N	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.443*	1	.397	.444*	.416*	.426*
	Sig. (2-tailed)	.014		.030	.014	.022	.019
	N	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.292	.397*	1	.488**	.479**	.396*
	Sig. (2-tailed)	.131	.030		.006	.007	.030
	N	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.456*	.444*	.488**	1	.671**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.011	.014	.006		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.360	.416*	.479**	.671**	1	.563**
	Sig. (2-tailed)	.051	.022	.007	.000		.001
	N	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	.494**	.426*	.396*	.676**	.563**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.019	.030	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALKP	Pearson Correlation	.681**	.719**	.684**	.821**	.771**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Sumber: Data diolah melalui SPSS 25, 2022

Dari hasil pengujian diatas, kuesioner dari variabel Y yang terdiri dari 6 pernyataan yang telah diisi oleh 30 responden. Dari hasil perhitungan validitas pada gambar diatas dapat dilihat bahwa seluruh indikator valid. Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa seluruh r_{hitung} lebih dari r_{tabel} yang mana r_{tabel} = 0,3061, hal menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan yang diukur telah valid.

b. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, uji reliabilitas juga harus dilakukan. Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa responden cocok dengan jawaban yang diberikan dalam kuesioner Cronbach Alpha menurut

Ghozali 2014:46 dalam (Purnama, 2021). Kriteria keputusan suatu komponen atau variabel dianggap reliabel jika koefisien alfa Cronbachnya 0,6 maka komponen atau variabel dikatakan tidak reliabel. Data dikatakan reliabel apabila r alpha positif dan r alpha > r tabel df = (a, n-2), beberapa buku ada yang menyatakan dengan df = (a, n-1). Apabila suatu variabel nilainya kurang dari 0.6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0.7 dapat diterima dan nilai di atas 0.8 dianggap baik. Adapun hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Hasil Reliabilitas Variabel X¹

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	6

Berdasarkan data variabel varian produk di atas, diketahui bahwa variabel X¹ adalah 0,825. Variabel ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* dari setiap variabel dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil Reliabilitas Variabel X²

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	8

Berdasarkan data variabel varian produk di atas, diketahui bahwa variabel X² adalah 0,918. Variabel ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* dari setiap variabel dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	6

Berdasarkan data variabel varian produk di atas, diketahui bahwa variabel Y adalah 0,834. Variabel ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* dari setiap variabel dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear sederhana adalah model yang baik apabila model memenuhi asumsi dan bebas dari asumsi klasik statistik, baik itu uji normalitas data, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak (Imran, 2018)

- Jika data berada disepanjang garis dan bergerak searah dengan garis diagonal maka data dapat dikatakan terdistribusi normal.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*Independent*). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi maka akan digunakan penilaian *Variance Inflation Factor* (VIF) atau *Tolerance Value*. Model regresi dikatakan mengalami multikolinieritas jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dengan nilai VIF ≥ 10 (Imran, 2018).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud keadaan naik (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Puspa, 2019). Selain dari itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian, yang modelnya sebagai berikut:

$$Y_i = a_i + b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + e_i$$

Dimana:

- Y = variabel terikat (kepuasan pelanggan)
- X1 = variabel bebas (varian produk)
- X2 = variabel bebas (atmosfer kafe)
- b1 = koefisien regresi pertama (varian produk)
- b2 = koefisien regresi kedua (atmosfer kafe)
- A = konstanta
- E = standar error

a. Uji Pengaruh Parsial (Uji-t)

Uji adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Keputusan pengujian hipotesis sebagai berikut:

- Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ artinya variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ artinya variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$$t_{\text{tabel}} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05; 9) = 2,262$$

b. Uji Pengaruh Serempak (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1, X2) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Keputusan pengujian hipotesis sebagai berikut:

- Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{table}}$ maka H_0 diterima
- Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{table}}$ maka H_0 ditolak

$$F_{\text{tabel}} = F(K; n-k) = F(2; 10) = 4,10$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Amati Coffe and Resto Batu Aji

Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji berdiri sejak tahun 2018 dan didirikan oleh Bapak Lutfi Prakasa (*Owner*). Amati Coffee Tea and Resto memiliki konsep kafe bernuansa alam yang ada di Batam dan berada di tepi jalan, menyajikan menu beragam, mulai dari *Asian Food* hingga *Western Food*. Kafe ini berkembang cukup pesat dikarenakan lokasi yang ramai dan tempatnya cukup strategis, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat ataupun wisatawan. Saat ini Amati Coffee memiliki 2 cabang yaitu di daerah Batu Aji dan di daerah Tiban. Amati Coffee Tea and Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji memiliki 13 orang karyawan yang terdiri dari 4 orang barista, 4 orang juru masak, 4 orang *waiter* dan 1 orang manajer. Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji terletak di BUANA CENTRAL PARK, Tembesi, Batu Aji, Batam City, Riau Island 29424. Lokasi tersebut tepat di salah satu daerah yang terdapat banyak perusahaan dan beberapa kampus.

Gambar 4. 1 Amati Coffee Batu Aji



Sumber: Penulis, 2022

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas Dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Jika $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ (uji dua sisi dengan $\text{sig} 0.05$) maka *item-item* pada pernyataan variabel dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total *item* tersebut, maka *item* dinyatakan valid. Untuk mengetahui apakah indikator pada kuesioner valid atau tidak, maka penulis membandingkan

r_{tabel} dengan r_{hitung} . Adapun hasil uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas Variabel Varian Produk

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Varian Produk

		Correlations						
		VP1	VP2	VP3	VP4	VP5	VP6	TOTALVP
VP1	Pearson Correlation	1	.633**	.585**	.526**	.563**	.609**	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
VP2	Pearson Correlation	.633**	1	.704**	.680**	.583**	.641**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
VP3	Pearson Correlation	.585**	.704**	1	.617**	.624**	.667**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
VP4	Pearson Correlation	.526**	.680**	.617**	1	.638**	.683**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
VP5	Pearson Correlation	.563**	.583**	.624**	.638**	1	.662**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
VP6	Pearson Correlation	.609**	.641**	.667**	.683**	.662**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
TOTALVP	Pearson Correlation	.778**	.847**	.839**	.835**	.819**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	148	148	148	148	148	148	148

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

Sumber: Data diolah melalui SPSS 25, 2022

Dari hasil pengujian diatas, kuesioner dari variabel X^1 yang terdiri dari 6 pernyataan yang telah diisi oleh 148 responden. Dari hasil perhitungan validitas pada gambar diatas dapat dilihat bahwa seluruh indikator valid. Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa seluruh $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ yang mana $r_{\text{tabel}} = 0,1357$, hal menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan yang diukur telah valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Atmosfer Kafe

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Atmosfer Kafe

		Correlations								
		AK1	AK2	AK3	AK4	AK5	AK6	AK7	AK8	TOTALAK
AK1	Pearson Correlation	1	.712**	.554**	.633**	.524**	.596**	.601**	.611**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
AK2	Pearson Correlation	.712**	1	.664**	.672**	.660**	.628**	.584**	.615**	.838**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
AK3	Pearson Correlation	.554**	.664**	1	.640**	.598**	.556**	.655**	.623**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
AK4	Pearson Correlation	.633**	.672**	.640**	1	.683**	.680**	.566**	.703**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
AK5	Pearson Correlation	.524**	.660**	.598**	.683**	1	.656**	.617**	.597**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
AK6	Pearson Correlation	.596**	.628**	.556**	.680**	.656**	1	.656**	.679**	.825**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
AK7	Pearson Correlation	.601**	.615**	.655**	.566**	.617**	.656**	1	.686**	.818**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
AK8	Pearson Correlation	.611**	.615**	.623**	.703**	.597**	.679**	.686**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
TOTALAK	Pearson Correlation	.792**	.838**	.805**	.849**	.814**	.825**	.818**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148

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

Sumber: Data diolah melalui SPSS 25, 2022

Dari hasil pengujian diatas, kuesioner dari variabel X^2 yang terdiri dari 8 pernyataan yang telah diisi oleh 148 responden. Dari hasil perhitungan validitas pada gambar diatas dapat dilihat bahwa seluruh indikator valid. Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa seluruh $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ yang

mana $r_{\text{tabel}} = 0,1357$, hal menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan yang diukur telah valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

		Correlations						
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	TOTALKP
KP1	Pearson Correlation	1	.497**	.560**	.568**	.474**	.586**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
KP2	Pearson Correlation	.497**	1	.599**	.508**	.478**	.540**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
KP3	Pearson Correlation	.560**	.599**	1	.656**	.592**	.582**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
KP4	Pearson Correlation	.568**	.508**	.656**	1	.516**	.673**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
KP5	Pearson Correlation	.474**	.478**	.592**	.516**	1	.578**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
KP6	Pearson Correlation	.586**	.540**	.582**	.673**	.578**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	148	148	148	148	148	148	148
TOTALKP	Pearson Correlation	.781**	.780**	.830**	.809**	.747**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	148	148	148	148	148	148	148

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

Sumber: Data diolah melalui SPSS 25, 2022

Dari hasil pengujian diatas, kuesioner dari variabel Y yang terdiri dari 6 pernyataan yang telah diisi oleh 148 responden. Dari hasil perhitungan validitas pada gambar diatas dapat dilihat bahwa seluruh indikator valid. Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa seluruh $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ yang mana $r_{\text{tabel}} = 0,1357$, hal menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan yang diukur telah valid.

b. Uji Reliabilitas

Apabila suatu variabel nilainya kurang dari 0.6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0.7 dapat diterima dan nilai di atas 0.8 dianggap baik. Adapun hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Varian Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	6

Dari hasil pengujian di atas, diketahui bahwa variabel X^1 adalah sebesar 0,909. Variabel ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* dari variabel dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Atmosfer Kafe

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	8

Dari hasil pengujian di atas, diketahui bahwa variabel X^2 adalah sebesar 0,931. Variabel ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* dari variabel dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	6

Dari hasil pengujian di atas, diketahui bahwa variabel Y adalah sebesar 0,879. Variabel ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* dari variabel dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		148
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53886918
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.097
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.052 ^d
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.047
	Upper Bound	.058

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

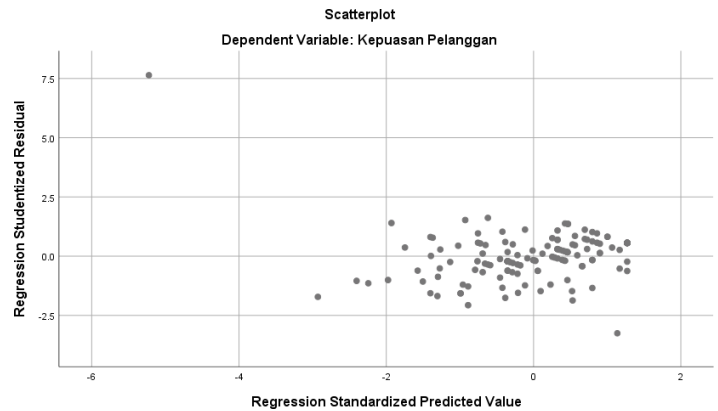
Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai 0,058 > 0,05 sehingga disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena memenuhi syarat uji normalitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dibawah ini:

Gambar 4. 2 Grafik Uji Heteroskedastisitas Melalui Scatter-Plot



Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari grafik uji heteroskedastisitas melalui *scatter-plot* di atas menyatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas, hal ini juga dapat dilihat pada titik-titik *scatter-plot* yang menyebar secara acak.

Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 2. 1 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta				
1							
	(Constant)	8.446	1.465		5.765	.000	
	Varian Produk	.333	.083	.376	4.003	.000	.400
	Atmosfer Kafe	.254	.065	.366	3.897	.000	.400

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai variabel Varian Produk (X^1) dan Atmosfer Kafe (X^2) terhadap nilai tolerance > dari 0,10 dan nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas didalam model regresi.

3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui analisis pengaruh Varian Produk, Atmosfer Kafe dan Kepuasan Pelanggan.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	8.446	1.465	
	Varian Produk	.333	.083	.376
	Atmosfer Kafe	.254	.065	.366

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis dari gambar di atas, maka persamaan yang diperoleh adalah

$$Y = 8,446 + 0,333X^1 + 0,254X^2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 8,446 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas X^1 dan X^2 sama dengan nol maka nilai Y adalah 8,446.
2. Koefisien regresi variabel varian produk (X^1) sebesar 0,333 dapat diartikan bahwa varian produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), sedangkan koefisien 0,333 dapat berarti, apabila varian produk ditingkatkan sebesar 1%, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,333.
3. Koefisien regresi variabel atmosfer kafe (X^2) sebesar 0,254 dapat diartikan bahwa atmosfer kafe mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), sedangkan koefisien 0,254 dapat berarti, apabila atmosfer kafe ditingkatkan sebesar 1%, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,254.

4. Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis sebagai berikut:

Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= \frac{a}{2} ; n - k - 1 \\
 &= \frac{0,05}{2} ; 148 - 2 - 1 \\
 &= 0,025 ; 145 \\
 &= 1.976
 \end{aligned}$$

Keterangan:

a = Tingkat Kesalahan

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel X yang digunakan

Hasil Uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji t untuk Hipotesis Secara Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.446	1.465		5.765	.000
	Varian Produk	.333	.083	.376	4.003	.000
	Atmosfer Kafe	.254	.065	.366	3.897	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah melalui SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

Variabel Varian Produk (X^1)

T_{hitung} varian produk (X^1) 4,003 > 1.976, maka hipotesis diterima, sehingga varian produk di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Variabel Atmosfer Kafe (X^2)

T_{hitung} atmosfer kafe (X^2) 3,987 > 1.976, maka hipotesis diterima, sehingga atmosfer kafe di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Hasil dari F_{tabel} yaitu dengan melihat dari tabel F statistik taraf signifikan 5% atau 0,05 dan menggunakan jumlah responden sebanyak 148 orang, maka hasilnya adalah:

$$\begin{aligned}
 F_{\text{tabel}} &= (k ; n - k) \\
 &= (2 ; 148 - 2) \\
 &= (2 ; 146) \\
 &= 3,06
 \end{aligned}$$

Tabel 4. 7 Hasil Uji F (Uji Hipotesis Secara Simultan)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	904.783	2	452.392	69.228
	Residual	947.541	145	6.535	
	Total	1852.324	147		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Atmosfer Kafe, Varian Produk

Sumber: Data diolah melalui SPSS 25, 2022

Berdasarkan gambar diatas, diperoleh nilai F adalah 69,228 maka F_{hitung} 69,228 > F_{tabel} 3.06, maka hipotesis diterima. Dapat diambil kesimpulan bahwa varian produk (X^1) dan atmosfer kafe (X^2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. E the Es
1	.699 ^a	.488	.481	

a. Predictors: (Constant), Atmosfer Kafe, Varian Produk

Sumber: Data diolah melalui SPSS 25, 2022

Nilai R Square yang diperoleh adalah 0,488 yang memiliki arti bahwa pengaruh varian produk (X^1) dan atmosfer kafe (X^2) terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji (Y) adalah sebesar 48,8% dan sisanya 51,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi.

Pembahasan

Hasil penelitian yang diperoleh dari hasil kusioner terhadap 148 responden menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji secara bersama-sama dipengaruhi oleh:

1. Pengaruh Varian Produk (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa varian produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t variabel varian produk $t_{hitung} 4,003 > t_{tabel} 1,976$. Hasil R^2 menunjukkan varian produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya” oleh (Wardhani & Dwijayanti, 2021) yang menyatakan bahwa Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu H_{a1} diterima. Varian produk terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, memberikan pengertian bahwa semakin banyak varian produk yang tersedia maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Hal ini sesuai pernyataan menurut Kotler dalam (Peburiyanti & Sabran, 2022) bahwa yang mempengaruhi varian produk diantaranya adalah dengan memperhatikan ukuran, harga, tampilan dan ketersediaan produk.

2. Pengaruh Atmosfer Kafe (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa atmosfer kafe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t variabel atmosfer kafe $t_{hitung} 3,987 > t_{tabel} 1,976$. Hasil R^2 menunjukkan atmosfer kafe memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Hasil sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardhani & Dwijayanti, 2021) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Store Atmosphere dan

Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya)” yang menyatakan bahwa atmosfer kafe berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu H_{a2} diterima. Atmosfer kafe terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, memberikan pengertian bahwa semakin indah dan nyaman suatu tempat, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Hal ini sesuai pernyataan Barry Berman dan Joel R. Evans, 2004 bahwa yang mempengaruhi atmosfer kafe diantaranya adalah *eksterior*, *interior*, *store layout* dan *interior display*.

3. Pengaruh Varian Produk dan Atmosfer Kafe Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa varian produk dan atmosfer kafe secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji F yaitu $F_{hitung} 69,228 > F_{tabel} 3,06$. Dengan hasil R^2 menunjukkan pengaruh variabel varian produk dan atmosfer kafe sebesar 48,8%. Hasil sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhani & Dwijayanti (2021), dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya)” yang menyatakan bahwa *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu H_{a3} diterima. Menurut Novendra, 2019 dalam (Wardhani & Dwijayanti, 2021) kepuasan pelanggan merupakan penilaian terhadap suatu jasa atau produk yang memberikan rasa senang dimana untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang diciptakan melalui kualitas, layanan dan nilai. Maka dari itu diketahui bahwa semakin banyaknya ketersediaan produk yang beragam dan berkualitas serta didukung dengan tempat yang nyaman secara bersama-sama yang diberikan oleh Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji, maka dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Varian Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Karena pelanggan merasa puas dengan berbagai ragam produk yang disediakan.
2. Atmosfer Kafe berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Hal ini ditunjukkan dengan pelanggan yang merasa puas dengan kenyamanan dan keindahan tempat baik interior maupun eksterior yang diberikan oleh Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji.
3. Varian Produk dan Atmosfer Kafe secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Amati Coffee Tea and Resto Batu Aji. Hal ini ditunjukkan dengan pelanggan yang merasa puas dengan ketersediaan produk yang bervariasi dan tempat yang nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2020). Pengaruh Atmosfer Café , Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe). Agustinawati, Cindenia Jurnal Visioner & Strategis, 9(1), 15–25.
- Agustin, I., Azhad, M. N., & Santoso, B. (2019). Product Diversity, Atmosfer Kafe Dan Harga Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Kopi Cak Wang Banyuwangi. Jurnal Penelitian IPTEKS, 4(1), 63.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue March). CV. Pustaka Ilmu.
- Benjamin, W. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hisana Fried Chicken Di Kota Makassar.
- Desrianto, & Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam. 8(1), 2020–2033.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. 8(2), 149–159.
- Hidayat Ravali, Tirta Mulyadi S.E., M. M. P. (2019). VITKA Jurnal Manajemen Pariwisata. 1, 5–12.
- Imran, M. I. A. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar. In Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggaraong. Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia, 20(1), 29–39.
- Purnama, B. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Si Ejji Coffee Corner Margorejo. In Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Puspa, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Food & Beverage Di I-Club Madiun. In Journal of Chemical Information and Modeling.
- Rachmawati, K. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pesen Kopi Kota Bojonegoro Pada Masa Pandemi Covid-19. 15, 182–189.
- Ria Mourina, Tirta Mulyadi S.E., M. P. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Red n Blue Cafe Tanjungpinang The. 02(02), 19–25.
- Rosie Oktavia, P. R., Mulyadi, T., Afriani, M., & Thandzir, M. (2022). Pengaruh Customer Rating Pada Minuman Kopi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Batam. Jurnal Menata, 1(1), 28–32.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Syahroni, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Keibar (Studi Kasus Kafe Keibar Pamulang).
- Tamher, E. R., Tabelessy, W., & Tahapary, G. (2019). Atmosfer cafe pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan cafe pasir putih di kota Ambon. Jurnal Manajemen SOSO-Q, 7(2), 97–112.
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. 5(<https://online-journal.unja.ac.id/JSSH/issue/view/1123>), 510–521.
- Wibowo, Agung Edy, W. (2020). SPSS Dalam Riset Layanan Jasa dan Kesehatan.
- Windartik, S. (2019). Pengaruh Atmosfer Kafe Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Kafe Waralaba Hunt DI Jember. In Repository.Unej.Ac.Id.