**PENGARUH HARGA, SUASANA CAFE, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI NONKI *CAFE* KABUPATEN BANGKALAN**

Nurul Hidayati

Pendidikan Ekonomi

STKIP PGRI Bangkalan

[*nurul08112001@gmail.com*](mailto:nurul08112001@gmail.com)

# ABSTRAK

HIDAYATI NURUL. 2022 *Pengaruh Harga, Suasana Cafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Di Nonki Cafe Kabupaten Bangkalan.* Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Bangkalan. Pembimbimg: (I) Aldila Septiana, M.pd dan Pembimbing (II) Aulia Dawam, S.E, M.Ak.

**Kata kunci**; Harga, Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 2) suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 3) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 4), loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 5), harga berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen, 6), suasana cafe berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen,7) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 8) harga, suasana cafe, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Nonki Cafe. Teknik pengambilan sampel menggunakanConvinien sampling, data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 50 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Partial Least Square menggunakan SPSS.

Hasil penelitan menunjukkan bahwa: 1) harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 2) suasana cafe tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 3) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 4) Loyalitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 5) harga berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen, 6) suasana cafe berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen. 7) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen 8) harga, suasana cafe, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.

# ABSTRACT

HIDAYATI NURUL. 2022. Effect of Price, Cafe Atmosphere, and Service Quality on Loyalty Through Consumer Satisfaction at Nonki Cafe Bangkalan Regency. Thesis of Economic Education Study Program, STKIP PGRI Bangkalan. supervisor: (I) Aldila Septiana, M.pd and Supervisor (II) Aulia Dawam, S.E, M.Ak.

**Keywords**; Price, Cafe Atmosphere, Service Quality, Loyalty, Customer Satisfaction

This study aims to determine whether: 1) price affects consumer satisfaction, 2) cafe atmosphere affects consumer satisfaction, 3) service quality affects consumer satisfaction, 4), loyalty affects consumer satisfaction, 5), price affectson loyalty through customer satisfaction, 6), cafe atmosphere affects loyalty through customer satisfaction, 7) service quality affects customer satisfaction, 8) price, cafe atmosphere, and service quality affect loyalty through customer satisfaction.

The population in this study were all consumers of Nonki Cafe. Sampling technique using conventional sampling, data obtained by distributing questionnaires to 50 respondents.

The data analysis technique in this study is Partial Least Square using SPSS. The results of the research show that: 1) price affects consumer loyalty, 2) cafe atmosphere does not affect consumer loyalty, 3) service quality affects consumer loyalty, 4) loyalty does not affect consumer satisfaction, 5) price affectsloyalty through customer satisfaction, 6) cafe atmosphere affects loyalty through customer satisfaction. 7) service quality affects loyalty through consumer satisfaction 8) price, cafe atmosphere, and service quality affect loyalty through customer satisfaction.

# PENDAHULUAN

Cafe adalah minuman (kopi), akan tetapi berubah menjadi tempat yang menyediakan berbagai macam minuman bukan hanya kopi, tapi juga yang lain termasuk minuman dengan kadar alkohol rendah. Di tegaskan lagi Budiningsih (2012:51).

Perkembangan cafe di indonesia dari tahun ke tahun terus berkembang sehingga mendorong banyak pelaku usaha untuk terjun ke bidang bisnis yang masuk dalam kategori  *food and beverage* ini. Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam bisnis cafe adalah keterlibatan owner secara langsung. Menurut Stevan, pertumbuhan bidang cafe setiap tahunnya naik sekitar 15-20%, jumlah ini membuktikan jika pasar industri ini masih cukup besar. Sementara itu, dari sisi jumlah pelaku usaha di bidang ini diperkirakan lebih dari 10.000 cafe di seluruh Tanah Air. *(www.motodream.net, 2015).*

Salah satunya ialah Nonki cafe, yang mana cafe ini baru hadir dan di dirikan di bangkalan saat pertengahan Covid-19 yang terletak di Jl. Kinibalu, area sawah/kebun, Bilaporah, socah, Kabupaten Bangkalan, dengan nuansa modern yang diciptakan untuk menjadi tempat nongkrong berbagai kalangan. Sama halnya dengan cafe – cafe lain seperti milenial cafe, M. Cafe, 3 Points Billiards & Garden Cafe dan masih banyak lagi cafe – cafe lainnya. (<https://lingkarjatim.com>**).**

Harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Di tegaskan lagi Menurut Buchori Alma (2013:169) harga (*Price*) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Ramli samsul (2013:51).

*Atmosfer* (suasana) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran yang dapat menarik konsumen untuk membeli. *Atmosfer* dalam sebuah cafe dapat mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen sehingga dapat terjadi proses pembelian. Suasana cafe yang tercipta melalui keberadaan diluar dan di dalam, suara atau gemuruh, musik, penerangan lainnya pada akhirnya dapat membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen. Menurut Kotler & Keller. (2018).

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting bagi suatu perusahaan jasa, karena dengan kualitas pelayanan yang baik konsumen akan merasa puas dan bahkan setia kepada persuahaan tersebut. Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen. Kualitas layanan mendorong konsumen untuk komitmen terhadap produk dan layanan perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan. Menurut Tjiptono (2014:1805).

Loyalitas adalah suatu komitmen yang kuat untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan suatu produk atau pelayanan secara konsisten, serta tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan yang ada atau upaya-upaya pemasaran para pesaing, serta aspek-aspek lain yang mendorong pelanggan untuk beralih keperusahaan lain. Jadi loyalitas merupakan komitmen dari pelanggan untuk tetap berlangganan pada produk barang atau jasa yang sama, dimana kesetiaan yang dimiliki oleh pelanggan tidak mudah dipengaruhi oleh keadaan di sekitarnya. Menurut Rizan dan Arrasyid (2008:23)

Kepuasan Konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Menurut Tjiptono (2012:301).

Berdasarkan latar belakang diatas, diperoleh rumusan masalah yaitu :

**Rumusan Masalah**

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan?
2. Apakah suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasam konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan?
4. Apakah loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan?
6. Apakah suasana cafe berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan?
8. Apakah harga, suasana cafe, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan?

**Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan
2. Untuk mengetahui apakah suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan
4. Untuk mengetahui apakah loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan
5. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan
6. Untuk mengetahui apakah suasana cafe berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan
7. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di nonki cafe kabupaten bangkalan
8. Untuk mengetahui apakah harga, suasana cafe, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen di nonki cafe bangkalan

## Manfaat penelitian

Dibuatnya penelitian ini di dasari pada harapan untuk dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Manfaat teoritis

Dapat memberikan tambahan informasi secara teori dan tambahan keilmuan dalam bidang kewirausahaan dan manajemen bisnis.

1. Manfaat praktis
2. Bagi perusahaan atau cafe nonki

Dengan adanya penelitian ini diharapkan karyawan Nonki cafe dapat meningkatkan kinerja dalam memenuhi kepuasan konsumen agar mendapatkan kesetiaan dari konsumen.

1. Bagi karyawan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan karyawan nonki cafe dapat meningkatkan kinerja dalam memenuhi kepuasan konsumen agar mendapatkan kesetiaan dari konsumen.

1. Bagipenulis  
   Sebagai bahan kajian ilmiah dari teori yang pernah diperoleh untuk diimplementasikan di lapangan kerja. Selain itu juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen.

**KAJIAN PUSTAKA**

**Harga**

harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Akan tetapi, dalam seni jual beli, pembeli atau konsumen dapat menawar harga tersebut. Bila sudah mencapai kesepakatan antara pembeli dan penjual barulah terjadi transaksi. Namun tawar-menawar tidak bisa dilakukan di semua lini pemasaran. Contoh transaksi yang menggunakan sistem tawar-menawar adalah pembelian di pasar.

### Suasana

*Atmosphere* (suasana) adalah desain sebuah lingkungan atau suasana yang menstimulasi panca indera. Biasanya *retailer* menstimulasi persepsi dan emosional konsumen melalui pencahayaan, warna, musik, dan aroma ( levy dan witz, 2012:67).

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau customer service ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun *feedback* tentang pelayanan yang telah diberikan.

**Loyalitas**

Loyal atau loyalitas biasa diartikan sebagai sikap setia. Loyalitas karyawan dapat pula di definisikan sebagai tindakan menunjukkan dukungan dan kepatuhan yang konstan kepada perusahaan tempatnya bekeja. Loyalitas merupakan suatu hal yang emosional. Perusahaan bisa memberi gaji kepada seorang karyawan tapi belum tentu bisa membeli loyalitasnya.

### Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

### Kerangka konseptual

Kualitas pelayanan  
(X3)

Pengaruh harga  
(X1)

Suasana cafe  
(X2)

Loyalitas  
(Y)

Sumber: diolah oleh peneliti 2022  
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

**METODE PENELITIAN**

**Jenis Dan Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) Penelitin kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang berlandasan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti populasi ataupun suatu sempel tertentu, pengumpulan data ini menggunakaan instrument penelitian, analisa data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang ada. Metode penelitian di sebut metode penelitian kuantitatif dikarenakan data yang digunakan merupakan angka-angka dan analisa menggunakan statistik

1. Populasi   
   Menurut Suharsimi (2013) “populasi merupakan keseluruhan subjek dari sebuah penelitian”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang pernah datang kembali di Nonki Cafe.
2. Sampel   
   Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang di teliti. Menurut Arikunto (2013:174) Sedangkan Menururt Sugiyono (2013:118) Sampel adalah Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Metode pengambilan sempel menggunakan *convenien sampling*.

## Tehnik Pengumpulan Data

### Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung ke objek oleh peneliti untuk melihat secara langsung kegiatan yang dilakukan (Sugiyono,2015:216). Objek yang akan diobservasi oleh peneliti adalah pelanggan yang ada di Nonki Cafe kabupaten bangkalan.

### Angket (Questionnaire)

Menurut Sudaryo, (2017) menytakan bahwa angket ataau kuesioner ialah suatu cara dan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menggunakan data secara langsung (seoarang peneliti tidak bertanya secara langsung terhadap responden). Dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup dimana seorang peneliti sudah menyiapkan jawabannya, dan responden tinggal memilih jawabannya.

### Dokumentasi

Menurut Sudaryono (2017:219) dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh data secara langsung dari objek penelitian berupa foto-foto, laporan kegiatan, peraturan-peraturan, buku-buku yang relevan dan lain lain.

## Tehnik Analisis Data

1. **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatukuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitungdengan nilai r tabel. Di dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

1. **Uji Reabilitas**

Menurut Sugiyono (2017:130) uji reabilitas merupakan sejauh mana dari hasil pengukuran dengan menggunakan suatu objek yang sama. Adapun uji reabilitas ialah dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh pertanyaan.

1. **Uji Normalitas**

Uji Normalitas yaitu menguji apakah pada suatu regresi, variabel dependen dan variable independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal Ghozli (2016). jika suatu variable tidak berdistribusi normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada Uji Normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *one sampel kolmogrov* ialah dengan ketentuan apabila nilai signifikan jika hasil uji *one sample kolmogrov* menghasilkan nilai siginifikan dibawah 5% atau 0,05 maka tidak memiliki distribusi normal.

1. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel indipenden. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2018).

### Uji Koefisien Determinasi (R2)

Konfisien determinasi (R2) dilakukan untuk melihat besarnya hubungan yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas akan diikuti oleh variabel terikat pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R Square (R2 ). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabelindependen (X) terhadap variabel (Y). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel X menera ngkan variabel Y. ( Darma, 2021;53).

### Uji F dan T

1. Uji Signifikan Simultan (uji F)

Menurut Febriani dan Dewi (2018:55) uji F seringkali digunakan untuk mengkaji sama atau tidaknya rata-rata dari ketiga populasi atau lebih. Uji F berfungsi untuk mengetahui kemampuan generalisasi yang dilakukan seorang penelitian. Suatu data bisa mewakili populasi jika sampel dapat digeralisasikan. Hipotesis untuk uji F dalam penelitian ini yaitu:

Ho: Secara simultan tidak ada pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen)

Ha: secara simultan ada pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

1. Jika nilai Fhitung > F tabel maka ha diterima dan Ho ditolak. Jika nilai F hitung < F tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak (Wirama, 2015)
2. Jika nilai signifikan > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. jika nilai signifikan < 0,05 maka Ha diterima dan Ho di tolak (Wiratna 2015:115)
3. Uji Signifikan Persial Individu (uji T)

Menurut Santoso (2019: 271) uji T seringkali digunakan untuk menguji bedanya rata-rata sampel yang jumlahnya kecil, selain itu uji T merupakan koefisien. Hasil estimasi terhadap nilai tertentu. Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara persial atau tidak terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis uji T adalah:

Ho: tidak ada pengaruh antara Harga secara persial terhadap minat konsumen

Ha: ada pengaruh antara Harga secara persial terhadap minat konsumen

Menurut Sujarweni (2015:103) dasar pengambilan keputusan dalam uji T adalah:

1. Jika nilai T hitung > T tabel maka Ho ditolak dan Ha di terima. Jika nilai T hitung < T tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak.
2. Jika nilai siginifikan > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Jika nilai signifikan < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.

# HASIL PENELITIAN

Deskripsi Dan Hasil Penelitian

### Pengaruh Variabel X1 terhadap Z

Setelah dilakukan penelitian pada variabel harga, maka dapat diketahui bahwa tidak terdapat perngaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel harga diperoleh thitung sebesar -0,174 < ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,863 > 0,050, maka Ha ditolak dan Ho diterima maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

### Analisis pengaruh variabel X2 terhadap Z

Setelah dilakukan penelitian pada variabel suasana cafe, maka dapat diketahui bahwa tidak terdapat perngaruh signifikan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel suasana cafe diperoleh thitung sebesar -0,689 < ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,494 > 0,050, maka Ha ditolak dan Ho diterima maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan konsumen.

### Analisis pengaruh variabel X3 terhadap Z

Setelah dilakukan penelitian pada variabel kualitas pelayanan, maka dapat diketahui bahwa terdapat perngaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan diperoleh thitung sebesar 4,341 > ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,050, maka Ho ditolak dan Ha diterima maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen..

### Analisis pengaruh Variabel X1 terhadap Y

Setelah dilakukan penelitian pada variabel harga, maka dapat diketahui bahwa tidak terdapat perngaruh signifikan harga terhadap loyalitas hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel harga diperoleh thitung sebesar 2,066 > ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,044 < 0,050, maka Ha ditolak dan Ho diterima maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap Loyalitas.

### Analisis pengaruh Variabel X2 terhadap Y

Setelah dilakukan penelitian pada variabel suasana cafe, maka dapat diketahui bahwa tidak terdapat perngaruh signifikan suasana cafe terhadap loyalitas hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel suasana cafe diperoleh thitung sebesar 0,820 < ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,417 < 0,050, maka Ha ditolak dan Ho diterima maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh suasana cafe terhadap Loyalitas.

### Analisis pengaruh Variabel X3 terhadap Y

Setelah dilakukan penelitian pada variabel kualitas pelayanan, maka dapat diketahui bahwa terdapat perngaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan diperoleh thitung sebesar 3.025 > ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 < 0,050, maka Ho ditolak dan Ha diterima maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas.

### Analisis pengaruh Variabel Z terhadap Y

Setelah dilakukan penelitian pada variabel kepuasan konsumen, maka dapat diketahui bahwa terdapat perngaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai thitung sebesar 4,774 > ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,050, maka Ho ditolak dan Ha diterima maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap Loyalitas.

### Analisis pengaruh Variabel X1, X2, dan X3, terhadap Y melalui Z

Setelah dilakukan penelitian pada variabel harga, suasana cafe, kualitas pelayanan maka dapat diketahui bahwa terdapat perngaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari hasil uji F pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 12,947 dengan signifikansi 0,000. Maka signifikansi 0,000 < 0,05 dan Fhitung > Ftabel sebesar 2,80. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel harga, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsume

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahsan variabel Harga, Suasana *cafe*, Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan konsumen maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t pada variabel harga (X1) diperoleh nilai thitung sebesar -0,174 < ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,863 > 0,050, maka Ha ditolak dan Ho diterima maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil uji t pada variabel suasana cafe (X2) diperoleh nilai thitung sebesar -0,689 < ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,494 > 0,050, maka Ha ditolak dan Ho diterima maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh nilai thitung sebesar 4,341 > ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,050, maka Ho ditolak dan Ha diterima maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
4. Berdasarkan hasil uji t pada variabel harga (X1) diperoleh nilai thitung sebesar 2,066 > ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,044 < 0,050, maka Ha ditolak dan Ho diterima maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap Loyalitas.
5. Berdasarkan hasil uji t pada variabel suasana cafe (X2) diperoleh nilai thitung sebesar 0,820 < ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,417 < 0,050, maka Ha ditolak dan Ho diterima maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh suasana cafe terhadap Loyalitas.
6. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh nilai thitung sebesar 3.025 > ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 < 0,050, maka Ho ditolak dan Ha diterima maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas.
7. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kepuasan konsumen (Z) diperoleh nilai thitung sebesar 4,774 > ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,050, maka Ho ditolak dan Ha diterima maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap Loyalitas.
8. Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 12,947 dengan signifikansi 0,000. Maka signifikansi 0,000 < 0,05 dan Fhitung > Ftabel sebesar 2,80. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel harga, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.

## Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang diuraikan diatas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

### Bagi Pemilik *Cafe*

Hasil penelitian yang diperolah menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, suasana tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, harga tidak berpengaruh tehadap loyalitas, suasana cafe tidak berpengaruh terhadap loyalitas, penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas.

## Harga terhadap kepuasan konsumen

membuat stategi pemasaran yang lebih efektif untuk mencegah penurunan penjualannya di masa yang akan datang, missal dengan memberikan harga yang lebih murah atau sesuai dengan yang diharapkan konsumen atau dengan menambah dan memperbanyak varianjenis menu makanan dan minuman baru sesuai dengan rasa masakan khas yang disukai di daerah yang bersangkutan agar konsumen lebih tertatik dan puas terhadap harga.

* 1. **Suasana cafe terhadap loyalitas**

Saran dari peneliti untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui suasana cafe terutama (anda merasa papan nama di cafe sangat jelas hingga mudah dikenali) serta membuat suasana tempat semenarik mungkin. Membuat desain ruangan dengan cat, tulisan yang unik dengan warna-warna yang menarik, memperhatikan dan menambahkan lagi pencahayaan di bagian-bagian yang masih kurang pencahayaan, atau menganti warna yang lebih cocok dan sesuai sehingga dapat menarik kepuasan bagi konsumen.

### Harga ke loyalitas

membuat stategi pemasaran yang lebih efektif untuk mencegah penurunan penjualannya di masa yang akan datang, missal dengan memberikan harga yang lebih murah atau sesuai dengan yang diharapkan konsumen atau dengan menambah dan memperbanyak varianjenis menu makanan dan minuman baru sesuai dengan rasa masakan khas yang disukai di daerah yang bersangkutan agar konsumen lebihloya, tertarik, dan puas terhadap harga.

### Suasana ke loyalitas

Saran dari peneliti untuk meningkatkan loyalitas melalui suasana cafe membuat suasana tempat semenarik mungkin. Membuat desain ruangan dengan cat, tulisan yang unik dengan warna-warna yang menarik, memperhatikan dan menambahkan lagi pencahayaan di bagian-bagian yang masih kurang pencahayaan, atau menganti warna yang lebih cocok dan sesuai sehingga dapat menarik loyalitas dan kepuasan bagi konsumen

### Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang melakukan peneliti berkaitan dengan cafe maka diharapkan peneliti harus lebih kreatif mencari lebih banyak lagi variabel-variabel yang akan mempengaruhi terhadap cafe-cafe. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dan refrensi sebagai pengembangan penelitiannya serta diharapkan mampu mengkaji dan melakukan tindak lanjut penelitian yang terkait dengan pengaruh harga, suasana cafe, kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen di Nonki Cafe kabupaten Bangkalan

# DAFTAR PUSTAKA

Arih, *“Pengaruh suasana toko, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Study Kasus Pada Cafe Early Coffee Cikarang), 2019”*

Budiningsih (2012:51) [*www.amesbostonhotel.com*](http://www.amesbostonhotel.com)

Eko*,” Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada just cafe di makasar, 2021”*

Ema Tawakkal 2. S., *“Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong), 2021”*

Harfika dan Abdullah (2017,4*“Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan*

Hidayat Rahmat Riau (2018) “*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap*

*Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit Di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*

Kotler Dan Amstrong (2012) “ Pengaruh Persepsi harga, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di bebek kaleyo cempaka putih Jakarta. Skripsi Skripsi, *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.Kurniawan 2020*

Kotler Dan Armstrong (2011:345), Pengaruh Persepsi harga, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di bebek kaleyo cempaka putih Jakarta. Skripsi Skripsi, *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.Kurniawan 2020*

Kotler dan Keller (2012:314) “*Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Pembelian Konsumen (Studi kabupaten malang)*

Mardalis Dalam Nurullaili dan Wijaya (2013) Dalam Gunawan dan Djati (2011) [*https://eprints.ac.id*](https://eprints.ac.id) *di kutib Amulyadi 2013*

Michelle, *“Pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan cafe zybrick coffe & cantina, 2019”*

Nggaur Apecilius Dionisius (2018) *“ Pengaruh harga, suasana cafe, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderator”*

Parasuraman yang di kutip oleh Tjiptono (2011:198) “*Kualitas Pelayanan Fakultas Skonomi Universitas Seiwijaya” Dian Ekaa, Yulia Hamdaini Putrib, Suhartini Karimc 2018*

Ruski, Ruski, Octaviana Arisinta, and Aldila Septiana. *"Tinjauan Perilaku Konsumsi Dari Perspektif Nilai–Nilai Budaya Lokal Kabupaten Bangkalan Madura." Develop 1.2 (2017).*