



**PENGARUH *FOOD QUALITY, DINING ATMOSPHERE* DAN
KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

**(Studi pada *Kribo Coffee* Jl. Joyo Agung No 53 B, Tlogomas Kec.
Lowokwaru, Kota Malang)**

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

IMAS MAULANI

NPM. 21601081481



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

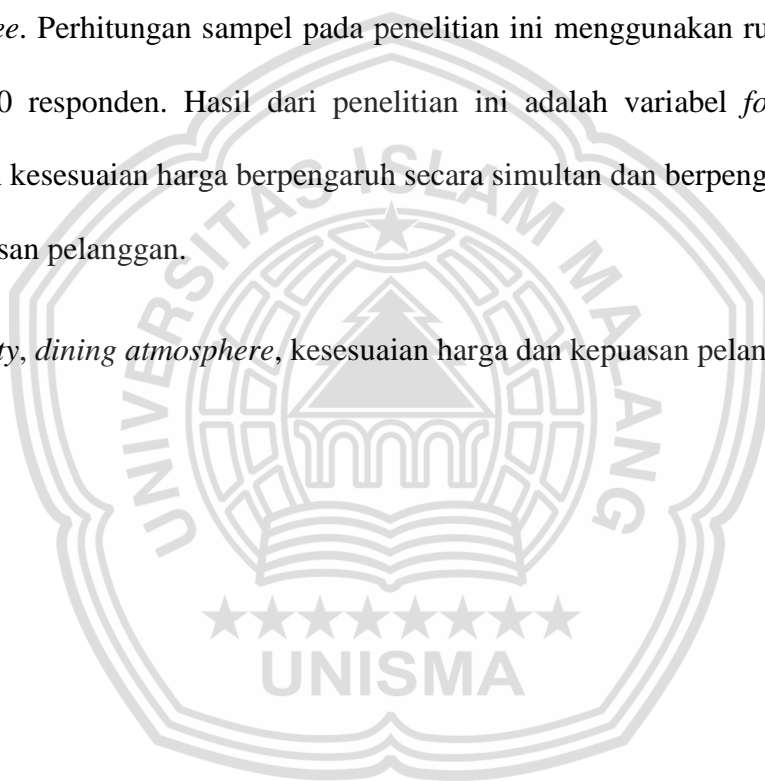
MALANG

2020

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *food quality*, *dining atmosphere* dan kesesuaian harga terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Kribo *Coffee* yang beralamat Jl. Joyo Agung No 53 B, Tlogomas Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan setiap variabel dan pengaruhnya antar satu variabel dengan variabel lainnya, dan sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner berskala likert kepada konsumen Kribo *Coffee*. Perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin yang menghasilkan 80 responden. Hasil dari penelitian ini adalah variabel *food quality*, *dining atmosphere* dan kesesuaian harga berpengaruh secara simultan dan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *food quality*, *dining atmosphere*, kesesuaian harga dan kepuasan pelanggan.



ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of food quality, dining atmosphere and price suitability on customer satisfaction on Kribo Coffee consumers who are located at Jl. Joyo Agung No 53 B, Tlogomas Kec. Lowokwaru, Malang City. The method used is explanatory research that aims to explain the position of each variable and its effect between one variable with another variable, and the source of the data used is primary data by distributing Likert-scale questionnaire to Kribo Coffee consumers. The sample calculation in this study uses the Slovin formula which produces 80 respondents. The results of this study are the variables of food quality, dining atmosphere and price suitability simultaneously and partially affect the customer satisfaction.

Keywords: food quality, dining atmosphere, price suitability and customer satisfaction.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan gaya hidup masyarakat yang semakin beragam seiring dengan perubahan zaman, hal inilah yang menciptakan pola pikir masyarakat akan keinginan dan kebutuhan yang tidak terbatas. Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan dagang maupun jasa. Pada era kompetisi yang begitu ketat seperti saat ini jumlah produk dan merek baik dagang maupun jasa yang bersaing menjadi sangat banyak. Konsumen mempunyai beragam pilihan dan alternatif. Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi suatu perusahaan. Seperti perubahan kebiasaan masyarakat *modern* yang dulunya meminum kopi di rumah, di era sekarang masyarakat lebih memilih minum kopi ditempat lain. *Cafe* merupakan salah satu contoh tempat yang banyak dikunjungi oleh masyarakat modern untuk berkumpul atau sekedar bersantai, dimana masyarakat dapat memesan minuman dan juga makanan.

Pengaruh dari perkembangan gaya hidup masyarakat *modern* ikut mengembangkan kegiatan bisnis ekonomi. Dimana bisnis *cafe* saat ini tengah banyak dilakukan oleh para pengusaha. Banyaknya pesaing antara *cafe* yang satu dengan yang lain mendorong pelaku usaha untuk saling berkompetisi. Para pelaku usaha ditantang untuk terus melakukan inovasi pada strategi bisnis mereka. Banyaknya pesaing serta besarnya minat masyarakat membuat setiap *cafe* saling bersaing dalam memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan yang

berkunjung. Ketika pelanggan telah memiliki pengalaman yang baik terhadap *cafe* saat berkunjung sebelumnya, maka tentunya pelanggan akan kembali menggunakan produk dan layanan di *cafe* tersebut. Pelanggan yang kembali menggunakan produk ataupun layanan menandakan bahwa *cafe* telah berhasil menciptakan kepuasan pada pelanggannya.

Menurut Kotler & Amstrong dikutip oleh Widyastuti (2017) bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dengan harapan konsumen tersebut. Kepuasan pelanggan menjadi sangat penting bagi para pengusaha untuk menjalankan bisnis mereka, karena kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur pengusaha dalam perkembangan bisnisnya. Perusahaan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya akan memperoleh keuntungan bagi perusahaan itu sendiri baik dari segi materi, maupun dari sisi nama baik perusahaan dalam persepsi pelanggannya. Seorang pelanggan merasa puas atau tidak puas terhadap pelayanan ataupun produk yang diterimanya tergantung kepada beberapa hal yang menjadi dasar bagi pelanggan untuk menentukan apakah hasil yang diterima sesuai dengan harapan atau tidak pelanggan tersebut.

Perusahaan harus berusaha untuk memahami serta mengetahui apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan dari pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan diperoleh masukan penting bagi perusahaan untuk merancang adanya strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Dengan cara perusahaan mampu

memberikan suatu nilai serta kepuasan kepada pelanggannya melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Bagi pengusaha *cafe* perlu memperhatikan kualitas makanan (produk) baik makanan ataupun minuman, *food quality* (kualitas makanan) menjadi salah satu faktor penentu perusahaan *cafe* dalam menciptakan kepuasan pada pelanggannya setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Perusahaan harus mampu menciptakan suatu kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen, maka keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk akan terpenuhi. Konsumen akan mempertimbangkan faktor kualitas dalam menentukan pilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Semakin tinggi kualitas, menyebabkan semakin tingginya minat beli pada konsumen, dan semakin mendorong konsumen untuk mengonsumsi produk secara rutin. Selain kualitas makanan, pengusaha *cafe* perlu memperhatikan juga mengenai *atmosphere* (suasana) pada *cafe*.

Menurut Levy and Weitz dikutip oleh Salsabilah (2018) bahwa “*atmosphere refers to design of an environment via visual communication, lighting, colours, music, and scent to simulate customers perceptual and emotional responses and ultimately to affect their purchase behavior*”. Yang memiliki arti penciptaan *dining atmosphere* (suasana) di dukung dengan melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma, yang dapat merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan dapat mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk. *Dining atmosphere* (suasana) dapat menciptakan sebuah opini atau citra dari pelanggan terhadap *cafe* yang tersebut, dimana *dining atmosphere* (suasana) nyaman dapat membuat opini atau citra yang baik kepada pelanggan. Selain *dining atmosphere* (suasana), yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam bersaing, terutama usaha dalam bidang kuliner yaitu kebijakan penetapan harga.

Menurut Staton dikutip oleh Liman (2016) bahwa “harga merupakan sejumlah uang (kemungkinan ditambah barang) yang ditentukan untuk memperoleh beberapa kombinasi

sebuah produk dan pelanggan yang menyertai”. Hal ini berarti harga merupakan sejumlah uang yang akan dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapat barang atau jasa yang diinginkan dari penjual atau produsen. Pelanggan akan sangat sensitif mengenai harga suatu produk atau jasa dimana pelanggan akan membandingkan harga dengan apa manfaat yang didapat dari produk atau jasa tersebut. Penentuan kesesuaian pada harga menjadi salah satu hal penting yang perlu dipertimbangkan oleh sebab itu perusahaan harus dapat memberikan harga yang membuat pelanggan yang akan membeli sekaligus memberi keuntungan yang sebanding terhadap perusahaan. Perusahaan juga dapat mengalami sebuah kegagalan apabila kurang tepat ketika menentukan harga pada produk usaha.

Salah satu *cafe* di Kota Malang yang sering dikunjungi oleh mahasiswa yaitu *Kribo Coffe*, *cafe* yang didirikan pada tanggal 19 Oktober 2017 oleh Irsyadul Ibad yang berlokasi di Jl. Joyo Agung No 53 B, Tlogomas. *Kribo Coffe* mempunyai beragam menu makanan dan juga minuman, diantaranya *cafe* menyajikan makanan seperti omelet, sosis, mie instan serta berbagai macam minuman kopi dan *ice blend* dengan harga yang terjangkau untuk kalangan mahasiswa. Pada *cafe* ini, mereka menyediakan *Food Quality*, *Dining Atmosphere*, dan Kesesuaian Harga yang memiliki pengaruh besar terhadap Kepuasan Pelanggan. Penerapan hal-hal diatas adalah variabel penting dalam usaha dibidang kuliner khususnya *cafe* untuk menarik pelanggan berkunjung ke *cafe* mereka. Karena konsumen saat ini sudah sangat modern khususnya masyarakat diperkotaan. Oleh karenanya pelanggan sangat memperhatikan variabel tersebut untuk membandingkan *cafe* mana yang menurut mereka menarik untuk dikunjungi, dikarenakan semakin tumbuh dan berkembangnya *cafe-cafe* baru yang bermunculan.

Cafe ini juga memiliki keunggulan memberikan suasana nyaman serta fasilitas seperti tersedianya berbagai fasilitas penunjang seperti *wifi*, musik *live*, ditambah dengan *view outdoor* yang menyajikan pemandangan luar *cafe*, yang dapat memeberikan daya tarik yang

bagi pelanggan *cafe*. Sehingga *Kribo Coffe* menjadi salah satu pilihan pelanggan khususnya mahasiswa untuk berkunjung. Oleh karena itu untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan diharapkan pengusaha bisnis *cafe* dapat menciptakan *food quality*, *dining atmosphere*, dan kesesuaian harga pada *cafe*.

Dari uraian latar belakang diatas, perlu diadakan kajian tentang dampak dari aspek yang dapat memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan seperti: *food quality* (kualitas makanan), *dining atmosphere* (suasana) dan kesesuaian harga. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian tentang : “PENGARUH *FOOD QUALITY*, *DINING ATMOSPHERE* DAN KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada *Kribo Coffee* Jl. Joyo Agung No 53 B, Tlogomas Kec. Lowokwaru, Kota Malang)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *food quality*, *dining atmosphere*, dan kesesuaian harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana *food quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana *dining atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Bagaimana kesesuaian harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *food quality*, *dining atmosphere*, dan kesesuaian harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *dining atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan.

4. Untuk mengetahui pengaruh kesesuaian harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut :

1. Manfaat bagi perusahaan

Bagi Perusahaan agar dapat memperhatikan *food quality*, *dining atmosphere* dan kesesuaian harga dengan baik agar dapat membantu meningkatkan kinerja dan menarik pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya.

2. Manfaat bagi pihak lain

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penulis dalam bidang manajemen pemasaran, terutama berkaitan dengan *food quality*, *dining atmosphere*, kesesuaian harga, dan kepuasan pelanggan. Dan diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan kepuasan pelanggan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dan memiliki tujuan untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak dari variabel penelitian yaitu: *food quality*, *dining atmosphere* dan kesesuaian harga terhadap kepuasan pelanggan. Responden dalam penelitian merupakan pelanggan Kribo *Coffee* sebanyak 80 responden. Berdasarkan data yang telah diuji dan terkumpul dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, dapat kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh secara bersama-sama dari variabel *food quality*, *dining atmosphere* dan kesesuaian harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. *Food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kribo *Coffee*.
3. *Dining atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kribo *Coffee*.
4. Kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kribo *Coffee*.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan antara lain:

1. Penelitian hanya terbatas menggunakan variabel *food quality*, *dining atmosphere* dan kesesuaian harga untuk mengukur kepuasan pelanggan, ada banyak variabel yang dapat digunakan akan tetapi oleh

peneliti hanya menggunakan 3 variabel dan hanya dilaksanakan pada *Kribo Coffee*.

2. Dikarenakan selama waktu penelitian terjadi wabah Covid-19, maka dalam penyebaran kuesioner peneliti menggunakan google formulir sehingga memerlukan waktu yang cukup lama dalam mengumpulkan data hasil kuesioner.

5.3 Saran

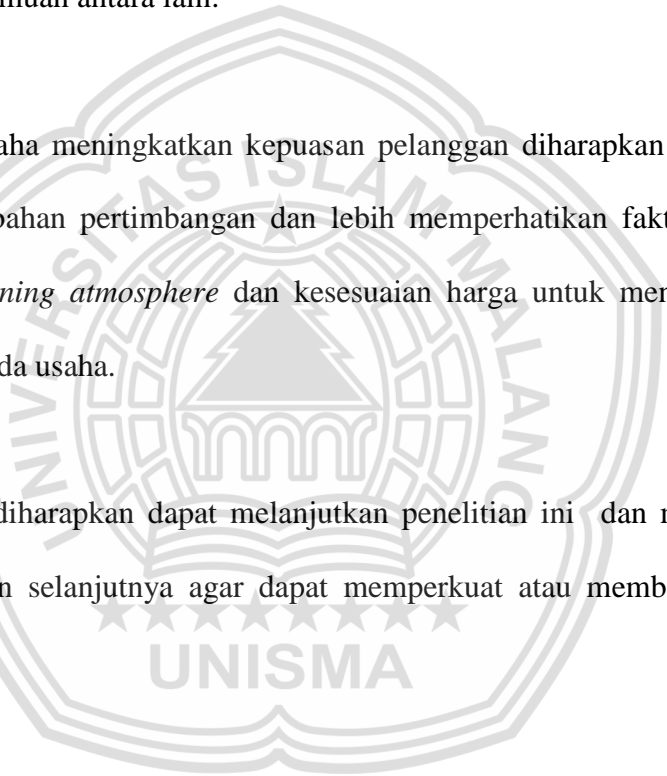
Mengenai penelitian yang telah dilakukan dapat ditemukan beberapa saran yang didasarkan pada hasil temuan antara lain:

1. Kepada perusahaan

Kribo Coffee dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan diharapkan hasil dari penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dan lebih memperhatikan faktor- faktor seperti *food quality*, *dining atmosphere* dan kesesuaian harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha.

2. Kepada peneliti

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dan menambah variabel pada penelitian selanjutnya agar dapat memperkuat atau membandingkan asumsi penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R. (2017). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Vanilla Cafe* Tulungagung.
- Devi, S., Suharyono, S., & Fanani, D. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Cafe Otw Food Street Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 52(1), 100-105.
- Djohansjah, C., & Pratomo, C. V. (2017). Analisa Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Caturra Espresso. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(2).
- Effendy, L. (2018). Pengaruh *Restaurant Atmospher* Terhadap *Dining Satisfaction* Dan *Behavioral Intention* Pada Tdi Cafe & Rooftop Gorontalo. *Agora*, 6(1).
- Evirasanti, M., Rahyuda, K., & Yasa, N. N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Dan Behavioral Intentions (Studi Di Métis Restaurant). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Fandy N, Widodo. (2016). Pengaruh *Cafe Atmosphere* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Rolag Kopi Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).
- Grace, M., Tandiono, V. L., & Remiasa, M. (2018). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Iintervening Pada Restoran Platinum Grill Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Hilaliyah, S. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang di Moderasi oleh Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2).

- Isa, M., Mardalis, A., & Mangifera, L. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan dan Minuman di Warung Hik. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(1).
- Jayadiputra, I. M., & Limantoro, E. O. (2016). Analisa Kepuasan Konsumen Remaja Terhadap Lingkungan Fisik, Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Di Food Court Dan Fast Food Restaurants Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(1), 330-346.
- Kurnia, E. (2017). Pengaruh Desain, Label Dan Kemasan Terhadap Mutu Produk Olahan Makanan (Studi Kasus Pusat Sentra Jajanan Khas Oleh-Oleh Di Bengkel Perbaungan, Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 1(3).
- Komala, C. C., Norisanti, N., & Ramdan, A. M. (2019). Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 58-64.
- Liman, P., Alfani, M., & Sulastini, S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minyak Goreng Kemasan CV. Indo Sari Abadi. *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 95-107.
- Marthianus, J., Wararag, P. C., & Jokom, R. (2016). Pengaruh Restoran Atmosfer, Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Perceived Value Konsumen Restoran De Soematra Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(2), 199-216.
- Martiana, R., & Apriani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdde Rangkasbitung. *The Asia Pacific Journal Of Management Studies*, 6(2).

- Prasetyo, A. D., & Sunarti, S. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tera *Coffee & Resto* Bekasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 78(1), 115-121.
- Rafsanjani, A., & Sutopo, S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Menciptakan Minat Mereferensikan (Studi Kasus pada Pelanggan *Stove Syndicate Coffe & Waffle* di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 71-84.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). *The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions*. *International journal of contemporary hospitality management*, 24(2), 200-223.
- Salsabilah, T., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Food Quality, Dining Atmosphere Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan *Cafe Ria Djenaka Shining Batu*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), 140-148.
- Santoso, I. (2016). Peran kualitas produk dan layanan, harga dan atmosfer rumah makan cepat saji terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. *The Asian Journal of Technology Management*, 15(1), 94.
- Savitri, R. M. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Dinescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. *VITKA Jurnal Manajemen Pariwisata*, 1(2), 16-22.
- Setiawan, M. F. (2013). Analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).

- Setiawati, S., Guspul, A., & Meftahudin, M. (2020). Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, *Price* Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Eatbox Kitchen Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 335-342.
- Sohib, S., Rachma, N., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-Cus *Cafe* Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(09).
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa pengaruh *service quality*, *food quality*, dan *price* terhadap kepuasan pelanggan restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-10.
- Susilowati, I. (2018). Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Food Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warak Koffie Purwokerto. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 69-76.
- Triantoro, K., Hadi, S. P., & Suryoko, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Menoreh Kelas Ekonomi Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 274-283.
- Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe.
- Winarjo, H. (2017). Pengaruh *Food Quality* dan *Atmosphere* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Intro di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 6.



Wulandari, S., & Hastuti, D. (2018). Pengaruh *Food Quality* Dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Tamu Di Sasono Bujono Restaurant Lorin Solo Hotel. *Jurnal Hotelier*, 4(1), 55-66.

