



**Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus Pada Success Coffee Gayo KotaTebing Tinggi)**

Yenni Arfah¹, Nursaimatussaddiya¹, Ananda¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya¹

Email: yenni.arfah.bk@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and cafe atmosphere on customer satisfaction with interest in visiting as an intervening variable (Case Study on Success Coffee Gayo, Tebing Tinggi City). The research method used is a quantitative method using the help of SPSS version 25.00. Collected from the results of distributing questionnaires to customers of Success Coffee Gayo, Tebing Tinggi city, there were 96 respondents. The analytical method used in this study is using instrument tests, namely validity and reliability tests. The classic assumption test is the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, analysis of the coefficient of determination (R^2), hypothesis testing, namely the t test and path analysis (Path analysis). The results of the SPSS in this study are that the Price variable (X_1) has an effect on the Interest in Visiting variable (Z), the Cafe Atmosphere variable (X_2) has an effect on the Interest in Visiting variable (Z), the Price variable (X_1) has no effect on Customer satisfaction (Y), Cafe Atmosphere (X_2) has an effect on Customer Satisfaction variable (Y), Price variable (X_1) has an effect on Customer Satisfaction variable (Y) through Interest in Visiting (Z), and Cafe Atmosphere variable (X_2) has no effect on Customer Satisfaction variable (Y) through Interest in Visiting (Z).

Keyword : Price, cafe atmosphere, customer satisfaction, interest in visiting

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Success Coffee Gayo Kota Tebing Tinggi). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.00 yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuisioner kepada pelanggan Success Coffee Gayo kota Tebing Tinggi sebanyak 96 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolonearitas, uji heteroskedasitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi (R^2), uji hipotesis yaitu uji T dan analisis jalur (*Path analysis*). Hasil dari SPSS dalam penelitian ini yaitu variabel Harga (X_1) berpengaruh terhadap variabel Minat Berkunjung (Z), variabel Suasana Cafe (X_2) berpengaruh terhadap variabel Minat Berkunjung (Z), variabel Harga (X_1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan (Y), Suasana Cafe (X_2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), variabel Harga (X_1) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) melalui Minat

Berkunjung (Z), dan variabel Suasana Cafe (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) melalui Minat Berkunjung (Z).

Keywords: Harga , Suasana Cafe, Kepuasan Pelanggan, Minat Berkunjung.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis pada waktu ke waktu berkembang sangat pesat. Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang makanan atau dikenal dengan bisnis kuliner. Bisnis kuliner yang berkembang telah berbagai ragam seperti restoran, toko, bakery, maupun cafe. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan suasana yang beraneka ragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para pelanggan untuk mengkonsumsi suatu produk yang ditawarkan agar mampu bersaing dengan unggul dibanding pesaing lainnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi yang terbaik kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas terhadap barang yang telah mereka beli.

Success Coffee Gayo merupakan salah satu bisnis kuliner cafe yang ada di Kota Tebing Tinggi. Success Coffee Gayo yang berlokasi di Jl. Mayjen Sutoyo Tebing Tinggi yang berdekatan dengan pusat kota dan cukup strategis untuk dikunjungi. Success Coffe Gayo dijadikan sebagai objek penelitian karena cafe ini cukup ramai dikunjungi pelanggan. Pengunjung di Success Coffee Gayo ini tidak hanya dari kalangan anak remaja tetapi orang dewasa serta mahasiswa juga menjadikan Success Coffee Gayo sebagai pilihan untuk nongkrong bersama teman dan berkumpul dengan kerabatnya. Terdapat 45 menu yang disediakan pada Success Coffe Gayo dengan menu yang sering diminati adalah arabica susu dan indomie kuah. Selain menu yang bervariasi Success Coffee Gayo juga dilengkapi dengan fasilitas wifi yang membuat pelanggan semakin betah berlama-lama di Success Coffee Gayo.

Tingkat penjualan Success Coffe Gayo pada periode Juli 2021 sampai Februari 2022 memiliki rata-rata tingkat penjualan yang tidak stabil atau mengalami fluktuasi tiap bulannya. Penurunan penjualan tersebut disebabkan karena tidak adanya hiburan yang berupa musik, dan banyak nya cafe – cafe di Kota Tebing Tinggi yang bermunculan dengan konsep – konsep yang menarik dan unik sehingga membuat pelanggan menjadi kurang puas untuk berkunjung ke Success Coffee Gayo. Dengan adanya data keluhan pelanggan di Success Coffee Gayo menunjukkan bahwa pelanggan masih merasa belum puas terhadap harga yang ditentukan sebab biaya yang dikeluarkan masih belum sesuai dengan porsi makanan yang didapat. Dalam aspek suasana cafe pelanggan juga merasa belum puas dikarenakan kurangnya hiburan yang berupa musik dan kurang menariknya desain didalam cafe.

Sehingga dapat dijelaskan bahwa kurang optimalnya aspek variabel harga, dan variabel suasana cafe Success Coffee Gayo. Semua faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga, suasana cafe dan minat berkunjung pada Success Coffee Gayo belum dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal. Sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap pelanggan.

Menyadari peran penting pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta mampu mempertahankan pelanggan dengan menumbuhkan rasa minat berkunjung pelanggan untuk datang ke Success Coffee Gayo di Kota Tebing Tinggi.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Wiwit (2018), manajemen pemasaran adalah perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyalur gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi. Menurut Nggaur (2018), manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa Manajemen Pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, serta mempertahankan pelanggan untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Unud (2018), kepuasan pelanggan adalah kondisi yang dicapai ketika pelanggan menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan dan terpenuhi dengan baik. Menurut Agus Mastriani (2020), kepuasan pelanggan adalah kondisi terpenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa. Sedangkan menurut Jaya (2018), kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen, Jika produk tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah merasakan kenikmatan produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan, jika pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan suatu produk, besar kemungkinan akan menjadi pelanggan tetap dalam waktu yang lama.

Harga

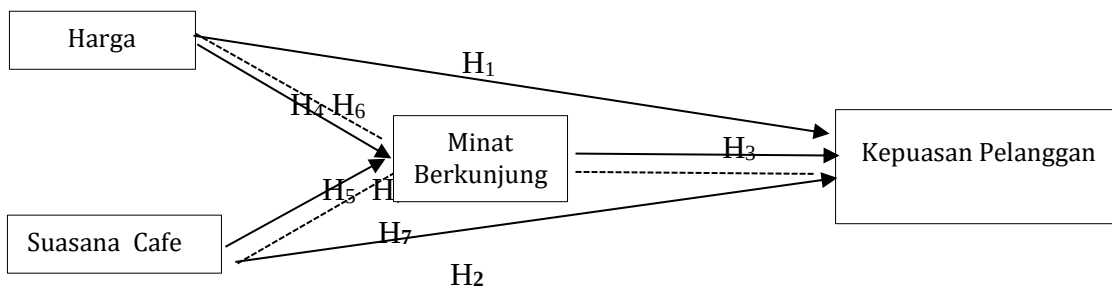
Menurut Hermawan (2020), harga adalah jumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan. Sedangkan menurut Liu (2016) harga adalah permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran, dan banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai atau sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

Suasana Cafe

Menurut Liu (2016), penciptaan suasana berarti rancangan lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, kenyamanan udara dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan perseptual pelanggan yang memengaruhi pelanggan dalam membeli suatu produk. Agus Mastriani(2020), suasana cafe adalah suatu keadaan atau situasi lingkungan cafe yang

didesain dan dapat memberikan kesan nyaman pada pelanggan sehingga dapat menarik pelanggan sesuai dengan yang diinginkan oleh para pelanggan. Suasana cafe atau penataan ruangan didalam maupun diluar cafe sangat menentukan tingkat kepuasan bagi pelanggan. Setiap cafe memiliki ciri khas penataan masing-masing yang membedakan cafe yang satu dengan cafe yang lainnya. Dengan adanya suasana cafe yang baik, perusahaan dapat memberikan kenyamanan dan menarik pelanggan untuk berkunjung dan melakukan pembelian pada suatu tempat yang akan dikunjungi.



Gambar 1. Model Penelitian

Minat Berkunjung

Menurut Deksono (2017), mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan pelanggan untuk membeli suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan pelanggan melakukan pembelian. Dengan begitu dalam penelitian ini peneliti mengartikan bahwa minat beli sama dengan minat berkunjung yang merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan tindakan yang berhubungan dengan kunjungan ke suatu tempat yang dapat diukur dengan tingkat kemungkinan pelanggan melakukan kunjungan. Minat berkunjung biasanya muncul dari persepsi positif terhadap daya Tarik suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi dan keinginan untuk menikmati suatu produk yang ditawarkan perusahaan. Sedangkan menurut Jeklin (2016), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan pelanggan dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu tempat yang akan didatangi.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelanggan Success Coffee Gayo yang tak terhingga jumlahnya. Adapun sampel diambil menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dimana sampel yang diambil memiliki kriteria-kriteria tertentu yaitu pengunjung yang berkunjung ke Success Coffee Gayo lebih dari 2 kali dalam kurun waktu 1 bulan terakhir agar mampu memberikan informasi yang benar. Adapun sampel yang didapatkan yaitu 96 responden berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Cochran.

Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional dalam penelitian ini yang diukur yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat, Harga (X₁) dan Suasana Cafe (X₂) sebagai variabel bebas, dengan Minat Berkunjung (Z) sebagai variabel intervening.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran Skala
Kepuasan Pelanggan (Y)	kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan merasa puas. Jaya (2018)	Terpenuhinya Harapan Pelanggan Harga Sikap atau Keinginan Menggunakan Produk Kualitas Layanan Loyal Lokasi (Jaya 2018)	Skala Likert
Minat Berkunjung (Z)	Minat berkunjung merupakan tindakan pelanggan dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu tempat yang akan didatangi Jeklin (2016)	Minat transaksional Minat referensial Minat prefensial Minat eksploratif (Deksono 2017)	Skala Likert
Harga (X₁)	Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan. Hermawan (2020)	Kesesuaian Harga Produk dengan Kualitas Produk Daya Saing Harga Potongan Harga Khusus Keterjangkauan Harga (Wahyudi 2018)	Skala Likert
Suasana Cafe (X₂)	Suasana cafe adalah suatu keadaan atau situasi lingkungan cafe yang didesain yang dapat memberikan kesan nyaman pada pelanggan sehingga	<i>Exterior</i> (Bagian Luar Cafe) <i>General Interior</i> (Bagian dalam Cafe) <i>Room Layout</i> (Tata Ruang Cafe) <i>Interior Display</i> (Penataan	Skala Likert

Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran Skala
	dapat menarik pelanggan yang sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan. Agus Mastriani (2020)	Produk)	

Sumber : diolah peneliti , 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh poin pernyataan baik variabel Variabel X1, Variabel X2, Variabel Z maupun Variabel Y memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel, hingga dapat disimpulkan jika seluruh pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, semua variabel penelitian adalah reliabel/handal karena *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas (*reliable* dan dapat dipakai sebagai alat ukur).

Uji t (Parsial)

Uji statistik t disebut juga sebagai uji signifikansi individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji hipotesis parsial dilakukan pada setiap variabel independen, hasil pengolahan data pada persamaan I terlihat pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Uji Parsial (t) Persamaan I
Coefficients^a

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.986	3.050		6.553	.000
Harga	-.393	.152	-.232	-2.578	.011
Suasana Café	.460	.096	.433	4.814	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber : Data diolah (2022)

a. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Harga Terhadap Variabel Minat Berkunjung

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$

2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 2 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -2,578 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; n-k = 94) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (-2,578) $> t_{tabel}$ (1,985), demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar 0,11 $> 0,05$ maka dapat disimpulkan

hipotesis pertama ditolak, artinya variabel harga tidak berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tania (2022).

b. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Suasana Cafe Terhadap Variabel Minat Berkunjung

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$

2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 4.22 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,814 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; n-k = 94) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (4,814) $> t_{tabel}$ (1,985), dan nilai signifikansinya sebesar 0,00 $> 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kedua ditolak, artinya variabel suasana cafe berpengaruh terhadap minat berkunjung. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Meldarianda (2017).

Sedangkan hasil pengolahan data pada persamaan II terlihat pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Uji Parsial (t) Persamaan II
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.405	5.065		2.844	.005
Harga	-.262	.216	-.113	-1.208	.230
Suasana Café	.601	.147	.413	4.096	.000
Minat Berkunjung	.170	.142	.124	1.191	.237

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2022)

a. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Harga Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$

2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 4.23 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,208 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; n-k = 93) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $-t_{hitung}$ (-1,208) $< -t_{tabel}$ (-1,985), dan nilai signifikansinya sebesar 0,230 $> 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya variabel harga berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan . Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2020).

b. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Suasana Cafe Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$

2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 3 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,096 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; n-k = 93) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $-t_{hitung}$ (4,096) $> -t_{tabel}$ (-1,985), dan nilai signifikansinya sebesar 0,00 $> 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis keempat

diterima, artinya variabel suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan . Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agus Mastriani (2022).

c. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Minat Berkunjung Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$

2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 4.23 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,191 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; n-k = 93) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (1,191) $< t_{tabel}$ (1,985), dan nilai signifikansinya sebesar 0,237 $> 0,050$ maka dapat disimpulkan hipotesis kelima ditolak, artinya variabel minat berkunjung tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tania (2022).

Analisis Jalur

Agar dapat membuktikan bahwa apakah suatu variabel mampu menjadi variabel yang memediasi hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka akan dilakukan perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila pengaruh tidak langsung variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel intervening lebih besar dibanding pengaruh secara langsung variabel bebas terhadap variabel terikat, maka variabel tersebut bisa menjadi variabel yang memediasi antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Untuk melakukan perhitungan secara langsung dan tidak langsung dilakukan dari nilai *standardized coefficients* regresi persamaan I dan II berikut :

Tabel 4. Nilai Standardized Coefficients Persamaan I
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	19.986	3.050	
Harga	-.393	.152	-.232
Suasana Cafe	.460	.096	.433

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber : Data diolah (2022)

Tabel 5. Nilai Standardized Coefficients Persamaan II
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	14.405	5.065	
Harga	-.262	.216	-.113
Suasana Café	.601	.147	.413
Minat Berkunjung	.170	.142	.124

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2022)

Pada gambar analisis jalur memperlihatkan pengaruh langsung variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar -0,113. Sementara pengaruh tidak langsung melalui variabel

minat berkunjung yaitu $-0,232 \times 0,124 = -0,028$. Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel minat berkunjung lebih besar dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan pelanggan. Selanjutnya pengaruh langsung variabel suasana cafe terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,413. Sementara pengaruh tidak langsung melalui variabel minat berkunjung yaitu $0,433 \times 0,124 = 0,053$. Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel minat berkunjung lebih kecil dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil ini dapat dilihat dalam tabel 6 berikut :

Tabel 6 Hubungan Langsung dan Tidak Langsung

No	Variabel	Direct	Indirect	Total	Kriteria	Kesimpulan
1.	Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening.	- 0,113	$-0,232 \times 0,124$ $= -0,028$	- 0,141	Indirect > Direct	Hipotesis keenam diterima yang artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening.
2.	Pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan pelanggan melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening.	0,413	$0,433 \times 0,124$ $= 0,053$	0,466	Indirect < Direct	Hipotesis ketujuh ditolak yang artinya suasana cafe tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening.

Sumber : Data diolah (2022)

KESIMPULAN

Penelitian ini mencoba untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Success Coffee Gayo Kota Tebing Tinggi). Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis jalur menunjukkan bahwa: Hipotesis pertama diterima, artinya variabel harga berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Success Coffee Gayo Kota Tebing Tinggi, hal ini dapat terlihat pada thitung $(-2,578) > ttabel (-1,985)$, demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,11 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima. Hipotesis kedua diterima, artinya variabel suasana cafe berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Success Coffee Gayo Kota Tebing Tinggi, hal ini dapat terlihat pada thitung $(4,814) > ttabel (1,985)$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima. Hipotesis ketiga ditolak, artinya variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Success Coffee Gayo Kota Tebing Tinggi, hal ini dapat terlihat pada thitung $(-1,208) < ttabel (1,985)$, demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,230 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga ditolak. Hipotesis keempat diterima, artinya variabel suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Success Coffee Gayo Kota Tebing Tinggi, hal ini dapat terlihat pada thitung $(4,096) > -ttabel (1,985)$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis keempat diterima. Hipotesis

kelima ditolak, artinya variabel minat berkunjung tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Success Coffee Gayo Kota Tebing Tinggi, hal ini dapat terlihat pada thitung $(1,191) < ttabel (1,985)$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,237 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kelima ditolak. Hipotesis keenam diterima artinya variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui minat berkunjung pada Success Coffee Gayo Kota Tebing Tinggi, hal ini dapat terlihat pada hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel minat berkunjung lebih besar dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan pelanggan maka dapat disimpulkan hipotesis keenam diterima. . Hipotesis ketujuh ditolak artinya variabel suasana cafe tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui minat berkunjung pada Success Coffee Gayo Kota Tebing Tinggi, hal ini dapat terlihat pada hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel minat berkunjung lebih kecil dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan pelanggan maka dapat disimpulkan hipotesis ketujuh ditolak.

REFERENSI

- Agus Mastriani, Sari Wulandari. *Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Uncle Sam's Cafe And Resto Lubuk Pakam Deli Serdang)*. no. 72, 2020, pp. 60–66, <https://www.jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/jimk/article/download/1007/657/>.
- Deksono, favian rachmadi. *Pengaruh Motivasi Wisata Dan E-Wom Terhadap Minat Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Goa Pindul*. 2017, <https://repository.usd.ac.id/18241/2/132214145>.
- Hermawan, cahyo agung. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto 2020*. 2020, pp. 1–62, <http://eprintslib.ummgl.ac.id/2311/>.
- Jaya, Sukma. *Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Geprek Benu Di Bandar Lampung*. 2018, pp. 1–41, <http://repo.darmajaya.ac.id/536/>.
- Jeklin, Andrew. *Jurnal Minat Kunjung Berman Dan Evans Kuning*. no. July, 2016, pp. 1–25, [http://eprints.umpo.ac.id/5866/4/BAB II.pdf](http://eprints.umpo.ac.id/5866/4/BAB%20II.pdf).
- Liu, Vivianli. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan,Harga,Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen*. 2016, <https://123dok.com/document/yevkldrz-analisis-pengaruh-pelayanan-goeboex-yogyakarta-perumnas-caturtunggal-yogyakarta.html>.
- Meldarianda, Resti. “Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, vol. 17, no. 2, 2017, pp. 97–108.
- Nggaaur, Dionisius Apecilus. *Pengaruh Harga, Suasana Cafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator*. no. 9, 2018, pp. 1–153, <https://repository.usd.ac.id/30900/2/142214085>.
- Tania, Cici Ayu. *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Ulang , Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Di Cafe Foodcourt Tanjung Morawa)*. no. 01, 2022, pp. 16–32,

<https://journal.fkpt.org/index.php/JAMEK/article/download/165/120>.

- Unud, E-jurnal Manajemen. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud)*, Bali , Indonesia *Salah Satu Produk Kosmetik Yang Paling Banyak Diminati Oleh Wanita Adalah Lisptick . Untuk Belanja Lipstick , Wanita Rata-Rata Menghabiskan US \$ 1 . 780 Atau Rp 23 Juta Sepanjang H. no. 12, 2018, pp. 6872–900,* <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/41253/26878/>.
- Wahyudi, Muhammad. “Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepruk.” *Docroral Dissertation, UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang*, 2018, pp. 1–95, <http://eprints.radenfatah.ac.id/2913/>.
- Wiwit, Anjarwati. *Pengaruh Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Catur Lintasindo.(Studi Kasus: Di PT. Catur Putra Lintasindo)*. 2018, <http://repository.unsada.ac.id/id/eprint/916>.