

## **Pengaruh Suasana Café, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada Goodfella Café Tanjung Morawa**

The Influence of Café Atmosphere, Service Quality, and Food Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable at Goodfella Café Tanjung Morawa

<sup>1)\*</sup> **Muhammad Syahrin Asman**, <sup>2)</sup> **Elfitra Desy Surya**

<sup>1,2</sup>Program Pascasarjana, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan.

\*Email: <sup>1)</sup> syahrinasmanbinjai@gmail.com

\*Correspondence: <sup>1)</sup> Muhammad Syahrin Asman

DOI:

10.59141/comserva.v4i1.1326

### **ABSTRAK**

Bisnis kafe menjadi salah satu industri yang berkembang pesat di Indonesia, terutama di kota-kota besar. Kafe tidak hanya menawarkan produk makanan dan minuman, tetapi juga konsep dan suasana yang menarik bagi pengunjung. Di tengah pesatnya perkembangan bisnis kafe, Goodfella Cafe di Tanjung Morawa, Sumatera Utara, menghadapi tantangan dari persaingan yang ketat dan fluktuasi omset penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh suasana kafe, kualitas pelayanan, dan kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan memediasi variabel kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini menggunakan data primer dari 199 responden yang merupakan konsumen Goodfella Cafe Tanjung Morawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana kafe, kualitas pelayanan, dan kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memediasi hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya menciptakan suasana kafe yang menarik, memberikan pelayanan berkualitas, dan menyajikan makanan berkualitas tinggi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini memberikan wawasan yang penting bagi manajemen Goodfella Cafe dan pemilik usaha kafe lainnya untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat posisi mereka di pasar. Dengan memperbaiki dan meningkatkan faktor-faktor tersebut, diharapkan Goodfella Cafe dapat menarik lebih banyak pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, sehingga meningkatkan omset penjualan mereka.

**Kata kunci:** Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

### **ABSTRACT**

*The café business has become one of the rapidly growing industries in Indonesia, especially in big cities. Cafés not only offer food and beverages but also concepts and atmospheres that appeal to visitors. Amidst the rapid development of the café business, Goodfella Cafe in Tanjung Morawa, North Sumatra, faces challenges from intense competition and fluctuating sales turnover. This study aims to explore the influence of café atmosphere, service quality, and food quality on customer loyalty, with customer satisfaction mediating the variables. The research method employs primary data from 199 respondents who are consumers of Goodfella Cafe Tanjung Morawa. The research findings indicate that café atmosphere, service quality, and food quality have a positive and significant influence on customer loyalty.*

Furthermore, customer satisfaction also mediates the relationship between these variables and customer loyalty. This underscores the importance of creating an attractive café atmosphere, providing quality service, and offering high-quality food to enhance customer satisfaction and loyalty. These findings provide valuable insights for the management of Goodfella Cafe and other café owners to improve customer experience and strengthen their position in the market. By improving and enhancing these factors, it is hoped that Goodfella Cafe can attract more new customers and retain existing ones, thereby increasing their sales turnover.

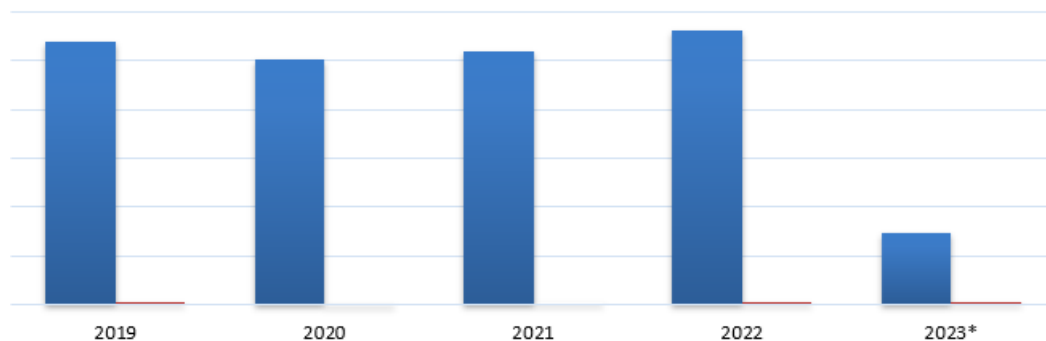
**Keywords:** *Café Atmosphere, Service Quality, Food Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Bisnis kafe merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat di Indonesia, khususnya di kota-kota besar. Kafe tidak hanya menawarkan produk berupa minuman dan makanan, tetapi juga menawarkan konsep dan suasana yang menarik bagi para pengunjung. Kafe menjadi tempat yang cocok untuk bersantai, bekerja, belajar, atau berkumpul bersama teman-teman. Kafe juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban yang modern dan dinamis.

Perkembangan usaha kafe di Indonesia cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari banyaknya kafe dan *coffee shop* yang bermunculan di berbagai kota di Indonesia. Menurut riset yang dilakukan oleh Toffin Indonesia bersama Majalah Mix pada Agustus 2019 (Danang, 2019), jumlah kedai kopi di Indonesia mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan dengan tahun 2016 yang hanya sekitar 1.000 gerai menunjukkan bahwa bisnis kafe dan coffee shop memiliki potensi yang besar di Indonesia. Kafe memiliki berbagai fungsi, seperti tempat nongkrong, tempat berkumpul, tempat bekerja, dan tempat bersantai. Kafe juga menjadi tempat yang sangat diterima oleh masyarakat Indonesia karena memiliki suasana yang nyaman dan menyenangkan. Selain itu, Kafe juga menjadi tempat yang cocok untuk menghabiskan waktu bersama teman atau keluarga sambil menikmati kopi atau makanan ringan. Perkembangan usaha kafe di Indonesia juga didukung oleh perkembangan teknologi. Saat ini, banyak Kafe dan *coffee shop* yang sudah menggunakan teknologi untuk mempermudah transaksi dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, Kafe juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan bisnis mereka dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan begitu, peluang bisnis kafe di Indonesia semakin terbuka lebar dan menjanjikan. Data menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha kuliner di Indonesia sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berikut adalah data yang menunjukkan pertumbuhan usaha kuliner di Indonesia:

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Usaha Kuliner Di Indonesia



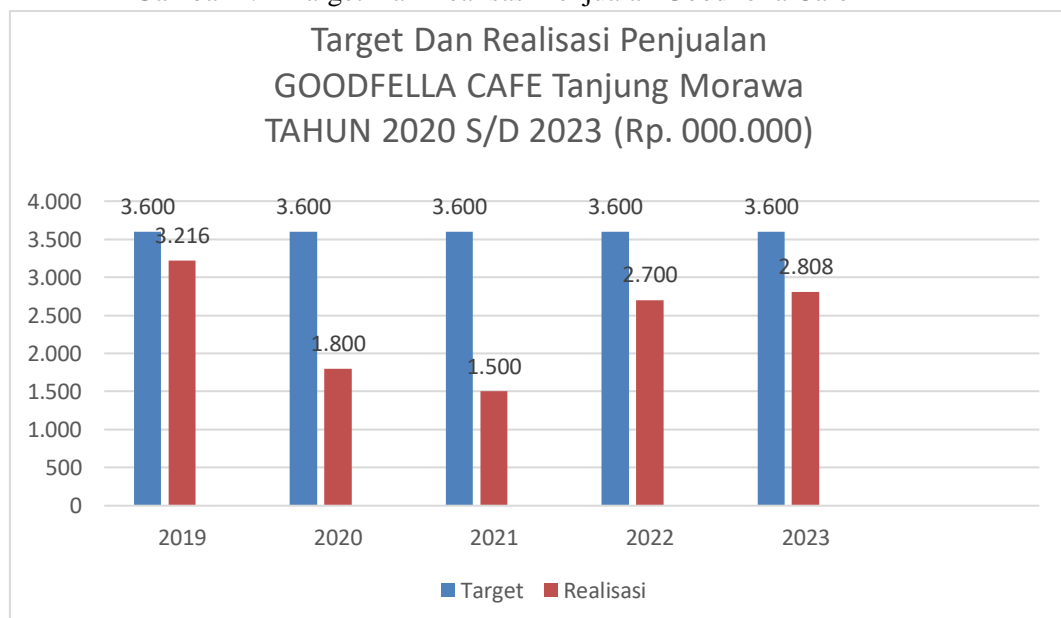
Sumber : Data Industri Riset

Salah satu kafe yang cukup populer di Indonesia adalah Goodfella Cafe. Goodfella Cafe merupakan sebuah kafe yang mengusung konsep industrial dengan nuansa hitam dan kayu. Kafe ini menyediakan berbagai macam menu minuman dan makanan yang lezat dan berkualitas, seperti kopi, teh, jus, *smoothies*, *mocktail*, *pasta*, *pizza*, *burger*, *steak*, *salad*, dan lain-lain. Kafe ini juga menyediakan fasilitas seperti wifi gratis, colokan listrik, musik live, dan area parkir yang luas. Goodfella Cafe berlokasi di Jalan Tirta Deli Limau Manis Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

Meskipun Goodfella Cafe memiliki produk dan pelayanan yang baik, namun kafe ini juga menghadapi persaingan yang ketat dari kafe-kafe lain yang ada di sekitarnya. Beberapa kafe pesaing yang berlokasi tidak jauh dari Goodfella Cafe antara lain adalah Kopi Kenangan, *Starbucks*, *Excelso*, dan *Coffee Toffee*. Kafe-kafe ini juga menawarkan produk dan pelayanan yang tidak kalah menarik dan berkualitas dengan Goodfella Cafe. Oleh karena itu, Goodfella Cafe harus mampu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat.

Pendapatan Goodfella Cafe masih berada di bawah rata-rata pendapatan usaha penyedia makan minum berskala menengah besar di Indonesia. Menurut laporan dari katadata.co.id (Rizaty, 2022) pada tahun 2020, rata-rata pendapatan usaha penyedia makan minum berskala menengah besar di Indonesia mencapai 3,6 miliar per tahun. Namun, Goodfella Cafe belum mencapai angka tersebut. Sementara itu dalam beberapa bulan terakhir terjadi penurunan omset penjualan yang diperoleh oleh GoodFella Cafe Tanjung morawa. Hal ini ditunjukkan dalam tabel penjualan makan/minum di GoodFella Café sebagai berikut :

Gambar 1. 2 Target Dan Realisasi Penjualan GoodFella Cafe



Sumber : GoodFella Café Tanjung Morawa

Data ini menunjukkan fluktuasi dalam omset penjualan Goodfella Cafe selama periode tersebut. Meskipun ada bulan di mana omset penjualan mendekati target bulanan, ada juga bulan di mana omset penjualan berada di bawah target.

Trend penurunan omset penjualan di GoodFella Cafe terjadi karena persaingan industri kafe yang sangat ketat dan perubahan pola konsumsi masyarakat disamping adanya pandemi covid 19. Persaingan industri kafe yang sangat ketat perlu diimbangi dengan inovasi agar mampu menarik pengunjung. Industri kafe merupakan industri yang terus menerus berkembang di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini dipicu oleh perubahan pola masyarakat kota yang gemar makan dan minum di luar dan jumlah penduduk Indonesia yang meningkat.

Untuk mengatasi penurunan omset penjualan di Goodfella Cafe, Manajemen perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk mengunjungi bisnis yang dimiliki. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah suasana kafe yang nyaman (*Cafe Atmosphere*), kualitas pelayanan (*service quality*) yang ramah dan profesional, variasi menu yang menarik dan lezat (*food quality*), dan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Kesuksesan suatu perusahaan bergantung pada kepuasan pelanggan, yang merupakan faktor kunci dalam kelangsungan bisnis. Pemilik dan manajer bisnis bertujuan utama untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, mengingat preferensi mereka terus berubah seiring dengan perubahan zaman. Oleh karena itu, diharapkan bahwa para pengusaha dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang muncul sesuai dengan kondisi tersebut. Menurut penelitian oleh Pragita dan rekan (Pragita, A. A., Fauzi, A., & Kumadji, 2013), tren konsumen di masa depan menunjukkan bahwa pelanggan akan memiliki harapan yang tinggi, termasuk mengantisipasi kualitas yang lebih baik, beragam pilihan, lingkungan yang nyaman, serta layanan yang luar biasa.

Dengan demikian, untuk mencapai kepuasan pelanggan yang mengunjungi sebuah kafe, ada sejumlah strategi yang bisa diterapkan, termasuk menyediakan layanan berkualitas tinggi dan menciptakan suasana kafe yang menarik dan nyaman. Saat ini, aktivitas berbelanja telah berkembang menjadi lebih dari sekadar transaksi, melainkan telah menjadi bentuk rekreasi atau hiburan. Karena itu, pelanggan tidak hanya menilai kualitas layanan, tetapi juga kemampuan sebuah kafe untuk menciptakan suasana yang menarik secara kreatif.

Levy & Weitz (Levy, M., & Weitz, 2012) menggambarkan suasana Kafe sebagai kombinasi dari berbagai elemen seperti tata letak, warna, pencahayaan, suara, aroma, display, dan struktur yang dapat mencerminkan pemikiran konsumen. Berman & Evan (Berman, B., & Evans, 2018) membagi unsur-unsur suasana toko menjadi beberapa bagian, termasuk interior umum, eksterior toko, tata letak toko, dan display interior. Oleh karena itu, bagi pelaku bisnis ritel dan pemasar, penting untuk memperhatikan suasana toko karena dapat menciptakan perasaan nyaman bagi pikiran pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali lagi.

Menurut penelitian Sambara et al. (Sambara, J., Tawas, H. N., Samadi, R. L., Ratulangi, 2021), selain menciptakan kepuasan konsumen, suasana dalam sebuah toko memiliki peran yang penting bagi kesuksesan bisnis karena membentuk lingkungan yang nyaman sesuai dengan preferensi konsumen, mendorong mereka untuk tinggal lebih lama di dalam toko. Temuan ini sejalan dengan hasil studi Hidayat (Hidayat, 2020), yang menunjukkan bahwa suasana kafe berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen, menandakan bahwa semakin baik suasana kafe, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Namun, penelitian oleh Wardhana & Sitohang (Wardhana, F. A., & Sitohang, 2021) menyimpulkan bahwa suasana toko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Meskipun suasana kafe penting, kepuasan konsumen tidak hanya bergantung pada faktor tersebut. Kualitas pelayanan juga memiliki peran krusial. Pelayanan yang baik adalah bagian dari penilaian konsumen terhadap pengalaman yang mereka dapatkan, di mana layanan yang berkualitas

tinggi diharapkan oleh konsumen untuk merasa puas. Menurut Susiladewi (Susiladewi, 2020), kualitas pelayanan mencakup upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta cara penyampaian yang sesuai dengan preferensi mereka. Ini melibatkan interaksi antara pegawai dan pelanggan. Pelayanan yang baik memiliki potensi untuk menarik pelanggan dan mendorong pembelian berulang, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

Selain memberikan kepuasan kepada konsumen, suasana kafe dapat menjadi faktor penentu dalam membangun loyalitas konsumen. Sebagaimana yang disorot dalam studi sebelumnya oleh Takwim et al. (Takwim, L., Asmala, T., & Johan, 2022), suasana kafe memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Namun, penelitian yang berbeda oleh Kurniawan et al. (Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, 2023a) menunjukkan bahwa suasana kafe tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan juga merupakan variabel penting dalam menentukan loyalitas konsumen, seperti yang didemonstrasikan oleh penelitian Santoso (Santoso, 2019). Namun, penelitian oleh Trianah et al. (Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, 2017) menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, dampaknya tidak signifikan.

Menurut Ishak & Luthfi (Ishak, A., & Luthfi, 2011), loyalitas konsumen adalah fenomena yang mendorong pembelian berulang. Pendapat dari Arlan (Arlan, 2006) mendukung ide ini dengan menekankan bahwa loyalitas konsumen memberikan keuntungan bagi perusahaan, karena pelanggan yang loyal cenderung bertindak sebagai promotor yang efektif. Oleh karena itu, membangun dan memelihara pelanggan yang loyal menjadi tujuan utama bagi bisnis untuk menjaga kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang (Foster, 2008). Loyalitas ini timbul dari pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih baik dibandingkan dengan alternatif produk atau layanan (Yuliana, 2017). Dengan demikian, menjalin interaksi positif dengan konsumen menjadi kunci penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas mereka.

Para pelaku bisnis menyadari bahwa konsumen selalu menginginkan suasana kafe dan layanan berkualitas yang dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka. Ini dilakukan untuk membedakan bisnis mereka dari yang lain. Selain menjadi pembeda, suasana kafe dan kualitas layanan juga mampu menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen yang datang, seperti yang disoroti dalam penelitian oleh Dermawan & Suryawardani (Dermawan, N. W., & Suryawardani, 2019) yang menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mencapai loyalitas konsumen (Ramdhani, H., Daryanto, A., & Rifin, 2015b). Perusahaan yang secara konsisten memenuhi kepuasan pelanggan memiliki keunggulan kompetitif yang kuat di pasar. Pelanggan yang puas cenderung loyal, melakukan pembelian berulang, dan bersedia membayar lebih untuk produk atau layanan (Siagian, H. E., Wahono, R., & Erlita, 2020). Tingkat kepuasan pelanggan bergantung pada sejauh mana produk memenuhi harapan mereka. Jika produk memenuhi atau bahkan melampaui harapan, maka kepuasan akan tercapai. Namun, jika tidak sesuai, kepuasan sulit dicapai. Meskipun dalam penelitian oleh Gautama et al. (Gautama, V., Meitha, S., & Hidayat, 2012) yang dikutip oleh Molle et al. (Molle, M., Mandey, S., & Kojo, 2019) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak secara signifikan memengaruhi loyalitas, namun secara umum, kepuasan konsumen tetap menjadi faktor yang penting dalam membentuk loyalitas.

Kepuasan pelanggan memiliki peran yang krusial tidak hanya sebagai faktor penentu loyalitas pelanggan, tetapi juga sebagai penghubung antara suasana kafe dan kualitas layanan dalam memengaruhi loyalitas pelanggan (Ramdhani, H., Daryanto, A., & Rifin, 2015a). Temuan ini didukung oleh studi Fatimah (Fatimah, 2021) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan bertindak sebagai

mediator antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Namun, penelitian oleh Novianti et al. (Novianti, 2018) menunjukkan bahwa kualitas layanan secara tidak langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan. Di sisi lain, dalam penelitian oleh Kurniawan et al. (Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, 2023b), kepuasan konsumen dianggap sebagai mediator dalam hubungan antara suasana toko dan loyalitas pelanggan.

Kualitas makanan memainkan peran yang signifikan dalam membentuk loyalitas konsumen, yang sering dimediasi oleh tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian telah menunjukkan bahwa konsumen cenderung menjadi lebih setia terhadap restoran atau merek makanan yang menyajikan makanan dengan kualitas yang konsisten dan memuaskan. Ketika konsumen merasakan bahwa makanan yang mereka nikmati memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, ini meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Sebagai hasilnya, mereka cenderung kembali untuk membeli makanan di tempat yang sama secara berulang-ulang, dan bahkan dapat menjadi duta merek yang setia, merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Sebagai contoh, penelitian oleh Kurniawan et al. (Kurniawan et al., 2022) menemukan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas makanan dan loyalitas konsumen di industri restoran. Hasil studi ini menyoroti pentingnya memprioritaskan kualitas makanan sebagai strategi untuk membangun loyalitas konsumen yang kuat dalam industri makanan dan minuman.

Dengan memperbaiki dan meningkatkan faktor-faktor tersebut, Goodfella Cafe dapat menarik lebih banyak pelanggan baru dan mengembalikan pelanggan lama yang mungkin telah beralih ke tempat lain. Dengan demikian, omset penjualan di Goodfella Cafe dapat meningkat kembali.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dalam memahami bagaimana pelanggan merespons berbagai elemen yang ada dalam pengalaman mereka di kafe. Melalui penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat memahami cara terbaik untuk memenuhi harapan dan preferensi pelanggan, sehingga mempertahankan loyalitas dan meningkatkan tingkat kepuasan secara signifikan memperluas pangsa pasar, dan mencapai keberhasilan jangka panjang..

## **METODE**

### **Pendekatan Penelitian**

Metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang telah dirumuskan. Agar peneliti dapat berjalan dengan baik dan lancar, penulis akan membuat penelitian yang bersifat kuantitatif.

Menurut Rusiadi, (Rusiadi, 2013) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan pola/bentuk pengaruh antar dua variabel atau lebih, dimana dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Penelitian ini membahas pengaruh variabel bebas (Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, dan Harga) terhadap variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) melalui variabel mediasi (kepuasan pelanggan dan kebahagiaan pelanggan) serta variabel moderasi (gender).

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

#### **Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di lokasi GoodFella Cafe Jalan Raya Medan Tanjung Morawa Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

#### **Waktu Penelitian**

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian



No	Kegiatan	Sept 2023			Okt 2023			Nop 2023		
1	Seminar Proposal		■							
2	Perbaikan Proposal			■						
3	Pengumpulan Data				■	■				
4	Pengolahan Data					■				
5	Penulisan Tesis						■	■		
6	Perbaikan Tesis							■	■	■
7	Sidang Meja Hijau									■

Sumber : Diolah Penulis

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah pengujian hipotesis. Penelitian pengujian hipotesis (Sugiyono, 2016) adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tertentu dalam suatu populasi. Penelitian ini didasarkan pada teori-teori yang ada dan mengajukan hipotesis yang kemudian diuji melalui pengumpulan data empiris. Metode statistik digunakan untuk menganalisis data dan menguji kebenaran atau kevalidan hipotesis yang diajukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (suasana kafe , kualitas layanan, kualitas makanan, dan harga) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan), serta menguji peran variabel mediasi (loyalitas pelanggan dan kebahagiaan pelanggan ) serta variabel moderasi (gender) dalam hubungan tersebut. Dalam penelitian ini, digunakan metode survei dan analisis statistik untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna menguji hipotesis yang diajukan.

### Populasi dan Sampel

#### Populasi Penelitian

Menurut Sekaran (Sekaran, 2016), populasi dalam konteks penelitian adalah kumpulan semua individu, objek, atau peristiwa yang memiliki karakteristik atau atribut yang sama dan relevan dengan masalah penelitian yang ditentukan. Sedangkan Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2016), populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin dikaji atau dijadikan sampel dalam penelitian. Populasi bisa berupa individu, kelompok, organisasi, wilayah, atau elemen lain yang menjadi fokus penelitian. Namun Menurut Creswell (Cresswel, 2008), populasi adalah kelompok yang didefinisikan oleh karakteristik tertentu dan memiliki potensi untuk memberikan data yang relevan terkait dengan masalah penelitian. Populasi sering kali lebih besar daripada sampel yang diambil untuk penelitian.

Menurut Kerlinger dan Lee (Kerlinger, F. N., Lee, H. B., & Bhanthumnavin, 2000), populasi merupakan kumpulan semua individu, kasus, atau objek yang memiliki karakteristik atau atribut yang ditetapkan dan relevan dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan pengertian populasi dari berbagai sumber referensi, dapat disimpulkan bahwa populasi dalam konteks penelitian adalah keseluruhan individu, kelompok, atau objek yang memiliki karakteristik atau atribut yang relevan dengan masalah penelitian yang ditetapkan. Populasi dapat berupa kumpulan semua subjek yang ingin dikaji atau dijadikan sampel dalam penelitian, dan populasi sering kali lebih besar daripada sampel yang diambil. Penting bagi peneliti untuk memahami dan mendefinisikan populasi dengan jelas agar penelitian dapat dilakukan secara representatif dan dapat ditarik kesimpulan yang valid.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pengunjung yang datang berkunjung melakukan pembelian baik secara take out maupun dine in di GoodFella Café serta telah berkunjung ke Goodfella café minimal 1 kali dalam 1 tahun terakhir.

### **Sampel Penelitian**

Sugiyono (Sugiyono, 2016) mendefinisikan sampel sebagai sebagian dari populasi yang digunakan sebagai objek penelitian untuk mewakili keseluruhan populasi. Sementara itu Sekaran (Sekaran, 2016) mengartikan sampel sebagai sejumlah unit yang dipilih dari populasi yang lebih besar, yang dijadikan sebagai subjek penelitian untuk memperoleh informasi yang mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Dan Arikunto (Arikunto, 2010) menjelaskan bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih dengan tujuan memperoleh informasi yang mewakili karakteristik populasi secara umum.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih sebagai objek penelitian. Sampel digunakan untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Pengambilan sampel dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan dan representatif dari populasi yang lebih besar. Definisi-definisi tersebut menekankan pentingnya pengambilan sampel yang baik untuk memastikan kevalidan dan generalisabilitas hasil penelitian

Menurut Hair dkk. dalam Apriana D (Apriana, D., & Suryanto, 2010), ada suatu pedoman umum yang dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimal dalam penelitian. Pedoman ini menyatakan bahwa jumlah sampel minimal sebaiknya 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. Misalnya, jika penelitian menggunakan 10 indikator, maka jumlah sampel minimal yang disarankan adalah antara 50 hingga 100 responden. Sehingga Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah:

5 x Jumlah Indikator

$$5 \times (5 + 5 + 8 + 4 + 5 + 5 + 2)$$

$$= 5 \times 24$$

$$= 120 \text{ Orang}$$

Jadi dengan rumus diatas nilai n diperoleh hasilnya adalah 120 orang , sehingga dalam penelitian ini peneliti harus mendapatkan data dari sampel minimal berjumlah 120 sampel atau lebih. Karena itu, beberapa kriteria sampel akan dipilih untuk penelitian ini:

1. Pria dan wanita yang menjadi konsumen di Goodfella Café Tanjung Morawa.
2. Konsumen yang setidaknya telah melakukan pembelian sebanyak 1 kali dalam 1 tahun terakhir di Goodfella Kafe.

### **Definisi Operasional Variabel**

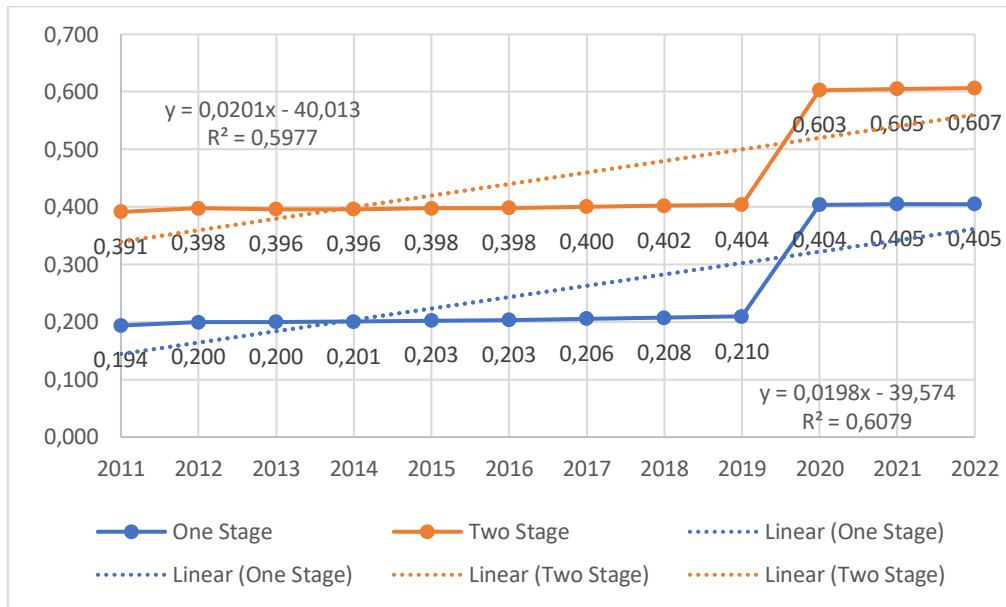
Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut (Sugiyono, 2016). Berdasarkan judul tesis penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas (independent variabel ) yakni: suasana kafe /café atmosphere ( $X_1$ ) , kualitas pelayanan/service quality ( $X_2$ ), kualitas makanan/food quality ( $X_3$ ). Serta variabel terikat (dependen variabel) adalah loyalitas pelanggan/customer loyalty (Y) . Untuk variabel mediasi adalah kepuasan konsumen /customer satisfaction (Z)

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis permodelan ketimpangan pembangunan yang terjadi antar wilayah di Jawa dan Bali menggunakan Indeks Theil dengan pendekatan dekomposisi *one-stage* dan *two-stage*. Selanjutnya dari permodelan tersebut dilakukan perhitungan untuk mengetahui ketimpangan pembangunan. Baik antar wilayah (*between*) maupun dalam wilayah (*within*). Struktur wilayah pada *one-stage* dibagi menjadi tiga bagian. Yang menjadi struktur unit analisis yakni region-provinsi. Sementara, untuk pendekatan *two-stage* hirarki wilayah menjadi tiga bagian yakni region-provinsi-kabupaten/kotamadya.



Adapun hasil analisis Indeks Theil menggunakan data PDRB periode 2011-2022 disajikan pada gambar dibawah ini.

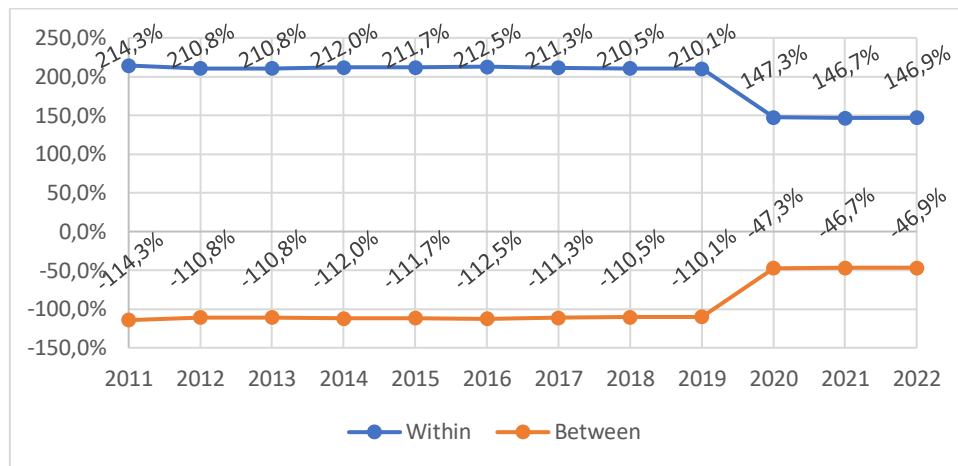


Gambar 1 : Nilai Indeks Theil, 2011-2022

Sumber : Data Olahan Penulis

Berdasarkan Gambar 2 bahwa terdapat ketimpangan pembangunan antar wilayah, yang mana untuk perhitungan *one-stage* berada pada angka 0.405 hingga 0.194 dan pada *two-stage* berada pada 0.607 hingga 0.391 untuk waktu 2011-2022. Selanjutnya, trend nilai ketimpangan pembangunan yang terjadi antar wilayah mengalami kenaikan untuk kedua pendekatan perhitungan. Kenaikan trend tersebut terjadi sejak tahun 2019. Dari hasil analisis ini menyatakan bahwa adanya proses divergensi yang terjadi di pulau Jawa dan Bali selama periode analisis. Permodelan yang diteliti ini mengindikasikan terjadinya proses divergensi sesuai dengan teori asumsi Neo-Klasik yang mulanya pembangunan sebuah negara sedang berkembang cenderung mengalami peningkatan. Lalu proses tersebut sampai pada tingkat ketimpangan puncak, jika pembangunan terus berlanjut maka ketimpangan pembangunan secara berangsur menurun. Kesimpulannya bahwa pada umumnya di negara berkembang mengalami ketimpangan pembangunan yang cukup tinggi. (Sjafrizal, 2008).

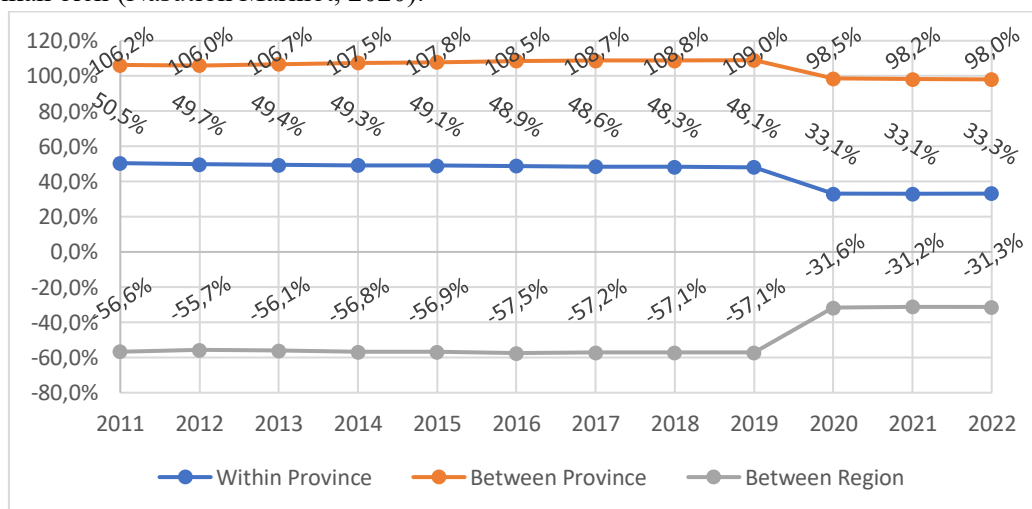
Selanjutnya, berdasarkan periode penelitian, perhitungan dekomposisi one-stage menyatakan bahwa sumber ketimpangan pembangunan antar wilayah berpusat pada kelompok wilayah bagian ketiga yakni Wilayah Jawa Timur dan Wilayah Bali. Selanjutnya, mengacu pada nilai Produk Domestik Regional Bruto, Wilayah Jawa Timur memiliki nilai PDRB yang tinggi. Dan berdasarkan pada penelitian (Septiani & Endang, 2022) mengatakan bahwa wilayah Jawa Timur memiliki tingkat ketimpangan yang tinggi. Dan (Mevia, 2023) membuktikan bahwa ketimpangan berdasarkan regional yang dipecah menjadi empat yakni Utara Selatan, Utara, Timur, dan Barat Daya. Dari keempat wilayah tersebut, Ketimpangan Regional terjadi pada wilayah bagian Utara Selatan (meliputi Kabupaten Blitar, Kabupaten Malang, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Mojokerto, Kabupaten Gresik, Kota Pasuruan, Kota Surabaya), dengan nilai ketimpangan sebesar 0.003188. Sedangkan menurut (Raeskyesa et al., 2019) sebagian besar wilayah Bali masih terjadi kesenjangan antar wilayah.



Gambar 2 : Dekomposisi Theil One-Stage

Sumber : Data Olahan Penulis

Pada analisis lebih dalam dari dekomposisi Theil one-stage pada gambar 3 ini yakni berkontribusi dari pembentuk ketimpangan antar region (*between*) dan dalam region (*within*). Berdasarkan gambar 3 adapun yang memberikan kontribusi pada wilayah *within* yang bergerak menurun 210,8% menjadi 146,9%. Sedangkan untuk antar region *between* bergerak naik dari 110,8% menjadi 46,9%. Hal ini disebabkan oleh ketimpangan pembangunan masih tertinggi untuk bagian region *within* (dalam wilayah). Menurut (Hidayat, 2023) ketimpangan yang terjadi di dalam wilayah pengembangan (*within region*) terdiri dari beberapa wilayah Provinsi yang berdekatan baik secara administratif wilayah maupun jarak antar ibukota. Sehingga secara spasial, daerah tetangga memiliki pengaruh perekonomian daerah tetangga lainnya. Ketimpangan pembangunan di Jawa Timur tersebut dibuktikan oleh (Nasution Marihot, 2020).



Gambar 3 : Dekomposisi Theil Two-Stage

Sumber : Data Olahan Penulis

Selanjutnya, pada gambar 4 yakni Dekomposisi Theil Two Stage merupakan analisis untuk menilai kontribusi dari dekomposisi Theil two-stage. Pada analisis ini terdapat komponen nilai baru yakni *within province* yang merupakan kontribusi ketimpangan yang bermula dari dalam provinsi atau antar

kabupaten/kotamadya. Umumnya, hasil dari analisis two-stage terbagi menjadi tiga komponen. Hasil between region mengalami kenaikan dari 56,6% menjadi 31,3%. Hasil antar kedua between provinsi mengalami penurunan dari 106,2% menjadi 98%. Sementara itu, hasil komponen ketiga mengindikasikan bahwa nilai kontribusi within provinsi memiliki kecenderungan menurun dari 50,5% menjadi 33,3%.

Berdasarkan hasil pengolahan dengan permodelan dekomposisi theil Indeks, bahwa Pulau Jawa dan Bali merupakan wilayah region yang mengalami ketimpangan pembangunan yang sangat tinggi. secara spasial, daerah tetangga mempengaruhi ketimpangan pembangunan dengan daerah lainnya. Yang dibuktikan dengan penelitian dari tingkat Provinsi maupun tingkat Kabupaten (Septiani & Endang, 2022); (Mevia, 2023). Dan Wilayah Bali oleh (Raeskyesa et al., 2019). Sehingga wilayah Jawa Timur dan Bali memiliki keterikatan ketimpangan Pembangunan.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan metode Indeks Theil tahap satu dan dua, terfokus pada wilayah Jawa dan Bali masih terjadi ketimpangan pembangunan baik ditingkat Provinsi maupun kabupaten/kota, terkhususnya di wilayah region Jawa Timur dan Bali. Adapun trend pada ketimpangan ini cenderung mengalami peningkatan (convergen). Sehingga teori Hypotesa Neo-klasik sejalan terhadap penelitian ini. Dan ketimpangan dalam wilayah (Whitin Region) memiliki nilai ketimpangan yang tinggi yakni 210% - 146% dari tahun 2019 –2022. Sedangkan dari tahap kedua 47% - 46%.

Hasil ini dapat memanfaatkan oleh pemangku kebijakan dalam pengambilan keputusan baik dari tingkat provinsi maupun tingkat kabupaten/kota. Dengan penetapan regulasi tentang pembangunan daerah, maka ketimpangan pembangunan (terkhususnya wilayah Jawa Timur dan Bali) dapat diminimalisir terjadinya ketimpangan. Dan instansi terkait dapat melakukan kerjasama dalam pengembangan kawasan yang dianggap jadi kawasan strategis agar dapat menjaga stabilitas dan mobilitas barang, dengan cara peningkatan kualitas infrastuktur baik dari tingkat kota maupun kabupaten. Adapun saran dari penilitan ini adalah dapat menggabungkan regresi spasial dan metode three stages.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriana, D., & Suryanto, R. (2010). Analisis hubungan antara belanja modal, pendapatan asli daerah, kemandirian daerah dan pertumbuhan ekonomi daerah. *Journal of Accounting and Investment*.
- Arikunto. (2010). *Metode Penelitian*. Bumi Aksara.
- Arlan, T. R. (2006). Brand Trust Dalam Konteks Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan Dan Pelanggan Merek. *Jurnal Manajemen*, 6.
- Berman, B., & Evans, J. (2018). *Retail Management*. Pearson Education Inc.
- Cresswel, J. W. (2008). *Educational Research planing, Planing, Conducting and Evaluating Quantitatif and Qualilatif Research*. Pearson Education Inc.
- Danang, S. (2019). *Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun*. Detik Finance.
- Dermawan, N. W., & Suryawardani, O. S. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seniman Coffee Studio. *E-Journal Agribisnis Dan Agrowisata*, 8(1), 1–10.
- Fatimah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Hana Ramen Karawang. . . *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6.
- Foster, B. (2008). *Management Retail*. (Alfabeta, Ed).
- Gautama, V., Meitha, S., & Hidayat, A. (2012). ). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Papaya Fresh Gallery Margorejo Surabaya. . . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1.
- Hidayat, S. (2020). No Titl). Pengaruh Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Dreamblack Coffe Mojokerto. e. *Journal Of Busines And Management*, 3, 173–186.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Swething Cost. *Jurnal Siasat*, 1.
- Kerlinger, F. N., Lee, H. B., & Bhanthumnavin, D. (2000). *Foundations of behavioral research: The most sustainable popular textbook by Kerlinger & Lee (2000)*. 131–144.
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. (2023a). Kualitas Makanan, Store Atmospahre Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervrening. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Syraiah*, 5.
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. (2023b). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmospahre Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervrening. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Syraiah*, 5.
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 355–370.

<sup>1)\*</sup> **Muhammad Syahrin Asman,** <sup>2)</sup> **Elfitra Desy Surya**

*The Influence of Café Atmosphere, Service Quality, and Food Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable at Goodfella Café Tanjung Morawa*

---

<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1215>

Levy, M., & Weitz, B. (2012). *Retail Management*. McGraw-Hill.

Molle, M., Mandey, S., & Kojo, C. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Royal Resto And Function Hall Di Kota Ternate. . . *Jurnal Emba*, 7, 871–880.

Novianti, E. & D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. . . *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90-108.

Pragita, A. A., Fauzi, A., & Kumadji, S. (2013). No Title. *Jurnal Profit*, 7.

Ramdhani, H., Daryanto, A., & Rifin, A. (2015a). Kepuasan Sebagai Variabel Antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Baru. *Jurnal Ilmu Konsumen*, 8(2), 115– 124.

Ramdhani, H., Daryanto, A., & Rifin, A. (2015b). Kepuasan Sebagai Variabel Antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Baru. *Jurnal Ilmu Konsumen*, 8(2), 115– 124.

Rizaty, M. A. (2022). *Rata-Rata Pendapatan Usaha Makan Minum di 10 Provinsi Ini Tertinggi Nasional*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>.

Rusiadi. (2013). *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, dan Lisrel*. USU Press.

Sambara, J., Tawas, H. N., Samadi, R. L., Ratulangi, U. S. (2021). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe. *Jurnal Emba*, 9(4), 126–135.

Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Bnsu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16.

Sekaran, U. & R. B. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Salemba Empat.

Siagian, H. E., Wahono, R., & Erlita, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bravo Resto. *Jurnal Syntax Idea*, 2(2). *Jurnal Syntax Idea*, 2(2).

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Alfabet.

Susiladewi. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupa Datu Banjarbaru. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 45–6.

Takwim, L., Asmala, T., & Johan, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.

Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). ). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D’besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). *Jurnal Stei Ekonomi*, 26(1), 106–122.

<sup>1)\*</sup> **Muhammad Syahrin Asman,** <sup>2)</sup> **Elfitra Desy Surya**

*The Influence of Café Atmosphere, Service Quality, and Food Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable at Goodfella Café Tanjung Morawa*

---

Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Porduk, Harga, Tempat Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warkop Bnepadang Sidoarjo. . . *Jurnal Ilmudan Riset Manajemen*, 10.

Yuliana, Y. (2017). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Pendekatan Kualitatif Pada Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Fakultas Ekonomi Al-Washliyah Medan. . . *Jurnal Penelitian Pendidikan Humaniora*, 2.



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).