

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA KAFE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (Studi Kasus Kafe Lawas Jombang)

Siti Nur Qomariyah *¹

Sefti Yugi Mutiara ²

^{1,2} Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*e-mail : sitinurqomariyah66@gmail.com

Abstrak

Penulisan ini bertujuan guna mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan dan suasana kafe terhadap minat berkunjung kembali ke Kafe Lawas Jombang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelanggan Kafe Lawas Jombang yang telah berkunjung lebih dari satu kali. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana kafe berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap minat berkunjung kembali. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan suasana kafe, maka semakin tinggi pula keinginan pelanggan untuk kembali berkunjung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Suasana Kafe, Minat Berkunjung Kembali.

Abstract

The objective of this research is to examine how service quality and the ambiance of the café influence the intention to return to Kafe Lawas Jombang. This study adopts a quantitative research method. The target population comprises all customers of Kafe Lawas Jombang who have made repeat visits. A total of 100 respondents were selected through purposive sampling. Primary data were collected using a questionnaire. The data analysis was carried out using multiple linear regression with SPSS software. The findings indicate that both service quality and café atmosphere have a positive and significant impact—both individually and collectively—on customers' intention to revisit. This indicates that improved service quality and a pleasant atmosphere can enhance the likelihood of customers returning.

Keywords: Service Quality, Café Atmosphere, Revisit Intention.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner di Indonesia, khususnya bisnis kafe, menunjukkan tren yang semakin kompetitif dalam beberapa tahun terakhir. Kafe kini tidak hanya menjadi tempat konsumsi makanan dan minuman, tetapi juga sarana bersosialisasi, bekerja, dan berelaksasi (Sari, M. D., & Wulandari, 2021). Dalam konteks ini, pemilik usaha perlu memperhatikan berbagai faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, termasuk kualitas pelayanan dan suasana kafe, untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis.

Minat berkunjung kembali merupakan salah satu indikator utama loyalitas konsumen. Konsumen yang memiliki pengalaman positif cenderung untuk melakukan kunjungan ulang dan bahkan memberikan rekomendasi kepada orang lain (Pratama, R. D., & Rachmawati, 2022). Dua faktor yang sangat menentukan pengalaman tersebut adalah kualitas pelayanan dan atmosfer tempat usaha.

Kualitas pelayanan merujuk pada kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten, mulai dari kecepatan pelayanan, keramahan staf, hingga profesionalisme dalam menangani keluhan (Putri et al., 2023). Di sisi lain, suasana kafe mencakup elemen fisik dan emosional seperti desain interior, pencahayaan, musik latar, kebersihan, serta kenyamanan tempat duduk yang dapat memengaruhi persepsi dan perilaku konsumen (Ardiansyah, 2020).

Kafe Lawas Jombang merupakan kafe dengan konsep klasik yang unik yang terletak di pusat kota Jombang. Dengan suasana bernuansa tempo dulu, kafe ini menyajikan pengalaman yang berbeda bagi para pengunjungnya. Meskipun demikian, penting bagi pihak manajemen untuk

mengevaluasi apakah suasana tematik dan kualitas pelayanan benar-benar berpengaruh terhadap minat pelanggan untuk kembali berkunjung

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Sholihah, 2020) di Merdeka Cafe Nganjuk membuktikan bahwa suasana kafe menyumbang 34% terhadap keputusan kunjungan ulang, sementara penelitian (Hadi, W. P. 2022) menyatakan kualitas layanan merupakan prediktor dominan ($\beta = 0.45$) bagi *revisit intention*. Gap penelitian terletak pada belum adanya kajian komprehensif yang mengintegrasikan kedua variabel tersebut dalam konteks kafe bernuansa historis di daerah rural seperti Jombang

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan suasana kafe terhadap niat pelanggan untuk kembali berkunjung ke Kafe Lawas Jombang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis terhadap pengembangan pemasaran jasa serta menjadi masukan yang berguna bagi manajemen kafe dalam merancang strategi pelayanan dan suasana yang mendukung loyalitas pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu usaha dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Menurut (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, 1988), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama: tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dalam konteks bisnis kafe, kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelayanan yang sopan, efisien, dan berkualitas akan memberikan pengalaman positif dan membangun kepercayaan terhadap usaha tersebut (Putri et al., 2023).

Suasana kafe atau *atmosphere* merujuk pada elemen-elemen lingkungan fisik yang dapat memengaruhi emosi dan perilaku konsumen selama berada di tempat tersebut. Menurut (Turley, L. W., & Milliman, 2000), suasana mencakup aspek seperti pencahayaan, musik, desain interior, aroma, dan kenyamanan tempat duduk. Suasana yang nyaman dapat menciptakan pengalaman emosional yang menyenangkan bagi pengunjung, sehingga mendorong mereka untuk berlama-lama atau kembali di kemudian hari. Dalam penelitian oleh (Ardiansyah, 2020), suasana kafe terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, terutama pada kalangan milenial yang menjadikan kafe sebagai tempat bersosialisasi dan bekerja.

Menurut (Siregar, 2015) Niat berkunjung kembali merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur loyalitas pelanggan dalam konteks pariwisata maupun usaha jasa seperti kafe. Niat ini dapat diartikan sebagai tindakan konsumen untuk mengunjungi kembali tempat yang sama di masa mendatang, sebagai hasil dari pengalaman dan kepuasan yang diperoleh pada kunjungan sebelumnya.

Hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah :

H1 : H0 : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

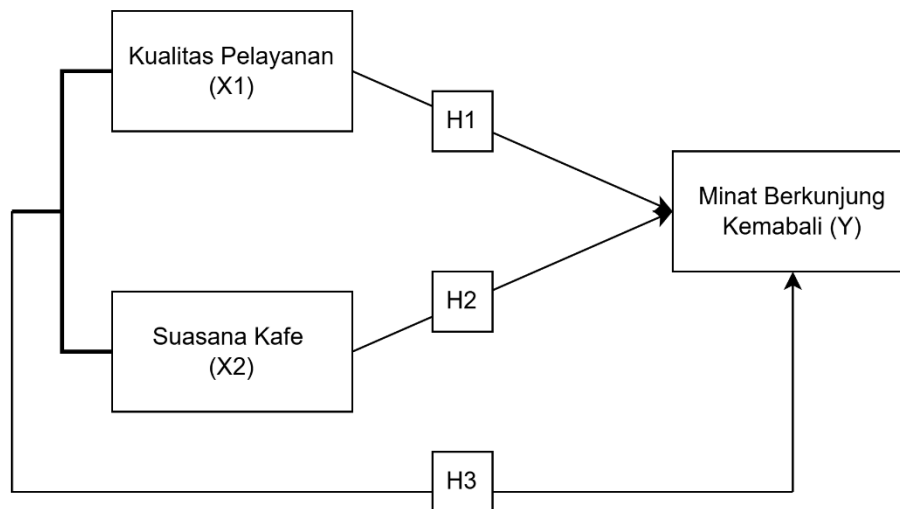
Ha : Ada pengaruh kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

H2 : H0 : Tidak ada pengaruh suasana kafe secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Ha : Ada pengaruh suasana kafe secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

H3 : H0 : Tidak ada pengaruh bersama-sama kualitas pelayanan dan suasana kafe secara simultan terhadap minat berkunjung kembali.

Ha : Ada pengaruh bersama-sama kualitas pelayanan dan suasana kafe secara simultan terhadap minat berkunjung kembali.



Gambar

1.

Kerangka Pikir

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah berkunjung ke Kafe Lawas Jombang lebih dari satu kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan Aspek tertentu. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Selain itu, peneliti juga memperkaya data dengan informasi sekunder berupa buku, literatur, jurnal, serta referensi lain yang relevan dengan topik penelitian.

Untuk memastikan kendala instrument uji validitas perlu dilakukan, pengujian ini menggunakan teknik Product Moment dan uji reabilitas menggunakan cronbach's alpha dengan nilai batas normal 0,60. Selain itu, perlu dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas dengan menggunakan grafik normal P-P plot dengan cara melihat penyebaran data, uji linieritas dengan nilai signifikan 0,05, uji multikolonearitas dengan nilai VIF kurang dari 5, uji autokolerasi dilakukan dengan durbin-wuston nilai antara 1 dan 3 dan uji heteroskedestisitas menggunakan scatterplot berupa titik-titik residual tersebar secara acak tanpa ada pola tertentu.

Analisis data dilakukan menggunakan model regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26 untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel independen terhadap minat kunjungan ulang. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F untuk melihat pengaruh secara simultan, dan uji T untuk melihat pengaruh secara parsial. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan perspektif yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali di Kafe Lawas Jombang. Kualitas pelayanan dan suasana kafe sebagai variabel independen diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman yang lebih baik mengenai kualitas pelayanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas

Hasil penelitian ini telah melewati serangkaian uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk menilai sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Suharsimi Arikunto dalam (Lailatus Sa'adah, 2021) validitas adalah keadaan menggambarkan tingkat instrumen bersangkutan yang mampu mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini jika r hitung lebih dari r tabel maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (angka decimal dengan sebesar 0,195),

bisa dikatakan valid.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
KUALITAS PELAYANAN X1	Pertanyaan X1.1.1	0,675	0,195	Valid
	Pertanyaan X1.1.2	0,684	0,195	Valid
	Pertanyaan X1.2.1	0,770	0,195	Valid
	Pertanyaan X1.2.2	0,675	0,195	Valid
	Pertanyaan X1.3.1	0,768	0,195	Valid
	Pertanyaan X1.3.2	0,783	0,195	Valid
	Pertanyaan X1.4.1	0,656	0,195	Valid
	Pertanyaan X1.4.2	0,748	0,195	Valid
	Pertanyaan X1.5.1	0,753	0,195	Valid
	Pertanyaan X1.5.2	0,591	0,195	Valid

Sumber : Data SPSS 26 diolah penulis 2024

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Kafe

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
SUASANA KAFE (X2)	Pertanyaan X2.1.1	0,657	0,195	Valid
	Pertanyaan X2.1.2	0,879	0,195	Valid
	Pertanyaan X2.2.1	0,704	0,195	Valid
	Pertanyaan X2.2.2	0,758	0,195	Valid
	Pertanyaan X2.3.1	0,741	0,195	Valid
	Pertanyaan X2.3.2	0,811	0,195	Valid

Sumber : Data SPSS 26 diolah penulis 2024

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung Kembali

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (Y)	Pertanyaan Y.1.1	0,747	0,195	Valid
	Pertanyaan Y.1.2	0,747	0,195	Valid
	Pertanyaan Y.2.1	0,892	0,195	Valid
	Pertanyaan Y.2.2	0,751	0,195	Valid
	Pertanyaan Y.3.1	0,750	0,195	Valid
	Pertanyaan Y.3.2	0,839	0,195	Valid
	Pertanyaan Y.4.1	0,771	0,195	Valid
	Pertanyaan Y.4.2	0,778	0,195	Valid

Sumber : Data SPSS 26 diolah penulis 2024

2. Hasil Uji Reabilitas

Temuan dari penelitian ini telah melalui berbagai uji untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur konsep yang dimaksud secara akurat. Dikatakan reliabel jika cronbach alpha lebih besar dari 0,60 (Sugiyono, 2014). Berdasarkan hasil analisis, seluruh item dalam pengujian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada setiap variabel lebih dari 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	Jumlah pertanyaan	Alpha hitung	Koefisien alpha	keterangan
1	Kualitas pelayanan (X1)	10	0,887	0,600	Realibel

2	Suasana kafe (X2)	6	0,841	0,600	Realibel
3	Minat berkunjung kembali (Y)	8	0,906	0,600	Realibel

Sumber : Data SPSS 26 diolah penulis 2024

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

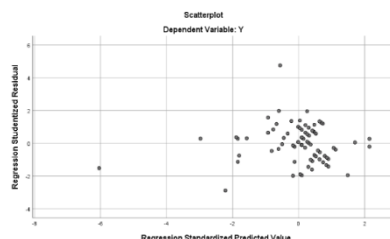
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.268	3.735
	X2	.268	3.735

Sumber : Data SPSS 26 diolah penulis 2024

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh nilai tolerance lebih dari 0,1 dan seluruh nilai VIF kurang dari 10,00, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui Apakah ada ketidaksetaraan varian residual pada model regresi antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Berdasarkan hasil grafik di bawah ini, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, dan tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.



Gambar 2 Uji Heteroskedstisitas

5. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.397	1.788		1.900	.060
Kualitas Pelayanan	.386	.087	.454	4.441	.000
Suasana Kafe	.559	.132	.432	4.224	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber : Data SPSS 26 diolah penulis 2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai konstanta (intersep) adalah sebesar 3,397, sedangkan koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,386 dan untuk variabel

suasana kafe sebesar 0,559. Oleh karena itu diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,397 + 0,386X_1 + 0,559X_2$$

Penjelasannya:

- Nilai konstanta sebesar 3,397 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen (kualitas pelayanan dan suasana kafe) bernilai nol, maka nilai minat untuk berkunjung kembali tetap sebesar 3,397.
- Koefisien X_1 sebesar 0,386 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu poin pada variabel kualitas pelayanan (X_1) akan meningkatkan minat berkunjung kembali sebesar 0,386 poin. Sebaliknya, jika terjadi penurunan satu poin pada variabel tersebut, maka minat berkunjung kembali juga akan menurun sebesar 0,386 poin.
- Koefisien X_2 sebesar 0,559 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu poin pada variabel suasana kafe (X_2) akan meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung kembali sebesar 0,559 poin. Demikian pula, apabila variabel suasana kafe mengalami penurunan satu poin, maka minat berkunjung kembali akan menurun sebesar 0,559 poin.

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.728	.723	2.172

Sumber : Data SPSS 26 diolah penulis 2024

Dalam tabel model summary diatas dapat diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,723 artinya Kualitas Pelayanan (X_1), dan Suasana Kafe (X_2), memiliki pengaruh sebesar 72,3%, sedangkan sisanya 27,7% dipengaruhi oleh faktor lain atau di luar penelitian ini.

7. Pengujian Hipotesis

Tabel 8. Uji F/Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1228.083	2	614.042	130.131	.000 ^b
Residual	457.707	97	4.719		
Total	1685.790	99			

Sumber : Data SPSS 26 diolah penulis 2024

Berdasarkan tabel ANOVA di atas, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 130,131, sedangkan nilai F tabel sebesar 2,70. Karena F hitung (130,131) lebih besar dari F tabel (2,70) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana kafe secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Kafe Lawas Jombang.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji t.

Tabel 9. Uji T/Parsial

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.397	1.788		1.900	.060
	Kualitas Pelayanan	.386	.087	.454	4.441	.000
	Suasana Kafe	.559	.132	.432	4.224	.000

Sumber : Data SPSS 26 diolah penulis 2024

Berdasarkan tabel koefisien di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t sebesar 4,441 yang lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,985, dengan tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

b. Variabel suasana kafe memiliki nilai t sebesar 4,224 yang juga lebih besar dari t tabel 1,985, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Artinya, suasana kafe juga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Berdasarkan dari uji-t yang telah dilakukan bahwa Suasana Kafe (0,432) memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan (0,454) terhadap Minat Berkunjung Kembali.c

8. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Kafe Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Kafe Lawas Jombang)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana kafe secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat pelanggan untuk berkunjung kembali ke Kafe Lawas Jombang. Berdasarkan perhitungan statistik (uji F), diperoleh nilai F hitung > F tabel, yaitu $130.131 > 2.70$, dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan suasana kafe secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kembali pelanggan di Kafe Lawas Jombang dapat diterima. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Hadi, W. P. 2022) dan (Yolanda & Rahmidani, 2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana kafe merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali berkunjung ke sebuah kafe. Pada indikator Kepercayaan Pelanggan terhadap Pelayanan, hasil analisis menunjukkan bahwa nilai tertinggi dalam frekuensi tabel adalah 4.03. Hal ini menegaskan bahwa pelanggan lebih cenderung kembali ke kafe yang memberikan pelayanan yang baik, responsif, dan ramah.

Keputusan pelanggan untuk kembali ke sebuah kafe umumnya dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan yang mereka terima saat kunjungan pertama. Pelayanan yang baik mampu meninggalkan kesan positif, meningkatkan kepuasan, dan mendorong pelanggan untuk datang kembali. Misalnya, kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan, sikap ramah dalam berinteraksi, serta kemampuan menangani keluhan pelanggan merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan minat pelanggan untuk berkunjung ulang.

Selain itu, kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas. Jika pelanggan menilai bahwa pelayanan di Kafe Lawas Jombang dapat diandalkan dan sesuai dengan harapan mereka, maka kemungkinan mereka untuk kembali berkunjung akan semakin tinggi.

Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula minat pelanggan untuk kembali berkunjung ke Kafe Lawas Jombang.

Pada indikator Kenyamanan Tempat, hasil analisis menunjukkan bahwa nilai tertinggi dalam frekuensi tabel adalah 3.98. Ini menunjukkan bahwa suasana kafe yang nyaman dan menarik menjadi faktor utama dalam keputusan pelanggan untuk kembali berkunjung.

Keputusan pelanggan untuk kembali ke sebuah kafe tidak hanya dipengaruhi oleh makanan dan minuman yang ditawarkan, tetapi juga oleh suasana yang diciptakan di dalam kafe. Faktor-faktor seperti desain interior, pencahayaan, tata letak tempat duduk, dan kebersihan memiliki peran

penting dalam membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Apabila suasana sebuah kafe memberikan rasa nyaman, tenang, dan memiliki nilai estetika, maka pelanggan cenderung akan datang kembali. Sebagai contoh, pelanggan yang mencari tempat untuk bekerja atau bersantai akan lebih memilih kafe dengan suasana yang tenang dan nyaman serta dilengkapi fasilitas penunjang seperti Wi-Fi dan area tempat duduk yang memadai.

Selain itu, suasana kafe yang menarik juga memicu emosi positif, seperti rasa santai dan kepuasan, yang berperan dalam membangun keterikatan emosional dengan tempat tersebut. Jika pelanggan merasa nyaman dan puas dengan suasana yang diberikan, mereka akan memiliki kecenderungan lebih besar untuk kembali.

Dengan demikian, semakin baik suasana kafe yang diciptakan, semakin tinggi minat pelanggan untuk kembali ke Kafe Lawas Jombang.

9. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Kafe Lawas Jombang)

Berdasarkan hasil analisis data hasil uji parsial yang dilakukan pada variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar $4.441 > t$ tabel yaitu 1.985 dengan tingkat signifikansi atau P value $0.000 > 0.05$ sehingga dinyatakan berpengaruh signifikan pada minat berkunjung kembali. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk berkunjung kembali ke Kafe Lawas Jombang.

Berdasarkan analisis frekuensi, nilai keseluruhan variabel kualitas pelayanan adalah 403, dengan indikator tertinggi adalah reliability (kehandalan) yang memiliki nilai 4,57. Kehandalan dalam memberikan pelayanan, seperti Memberikan layanan yang sesuai dengan janji kepada pelanggan dengan menyelesaikan pesanan makanan di kafe dengan cepat dan dapat diandalkan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hadi, W. P. 2022), kualitas pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan minat untuk kembali ke kafe tersebut.

Dari hasil penelitian, baik kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat untuk kembali berkunjung ke Kafe Lawas Jombang.

10. Pengaruh Suasana Kafe Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Kafe Lawas Jombang)

Berdasarkan hasil analisis data hasil uji parsial yang dilakukan pada variabel Suasana Kafe memiliki nilai t hitung sebesar $4.224 > t$ tabel yaitu 1.985 dengan tingkat signifikansi atau P value $0,000 < 0,05$ sehingga dinyatakan variabel Suasana kafe berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Suasana Kafe berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada kafe lawas jombang.

Berdasarkan hasil analisis frekuensi terhadap variabel suasana kafe, total nilai keseluruhan adalah 398, dengan indikator terbesar adalah kenyamanan tempat, yang memiliki nilai 4.01. Suasana kafe yang nyaman menjadi faktor utama yang mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung, terutama bagi kelompok usia muda yang mencari tempat bersantai atau bekerja dengan suasana yang mendukung. Selain itu, faktor seperti desain interior, kebersihan, serta fasilitas tambahan seperti Wi-Fi dan area lesehan menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam memilih kembali mengunjungi kafe ini.

Hal ini sesuai dengan Penelitian yang dilakukan oleh (Yolanda & Rahmidani, 2020) juga menegaskan bahwa suasana kafe yang menyenangkan dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang berujung pada loyalitas mereka untuk kembali.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan atmosfer kafe secara signifikan berpengaruh terhadap minat pelanggan untuk berkunjung kembali ke Kafe Lawas Jombang. Pelanggan cenderung menunjukkan niat untuk kembali apabila mereka mendapatkan pengalaman layanan yang ramah, cepat, dan profesional, serta merasakan kenyamanan dari

suasana kafe yang mendukung, seperti interior yang menarik, pencahayaan yang nyaman, dan musik latar yang sesuai. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya aspek non produk dalam membentuk perilaku kunjungan ulang di sektor jasa kuliner.

Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa pengaruh dari masing-masing variabel dapat berbeda tingkat signifikansinya tergantung pada persepsi pelanggan terhadap konsistensi pelayanan dan atmosfir yang ditawarkan. Masih terdapat keluhan terhadap ketidakkonsistenan dalam pelayanan dan perubahan suasana kafe yang tidak selaras dengan harapan pengunjung setia.

Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar pengelola Kafe Lawas Jombang menjadikan kualitas pelayanan sebagai prioritas strategis yang berkelanjutan, misalnya dengan pelatihan rutin staf, standar operasional yang jelas, dan peningkatan sistem pelayanan digital. Suasana kafe perlu dikelola secara konsisten melalui penyesuaian dekorasi yang menarik, kebersihan ruang yang terjaga, dan penciptaan atmosfer yang sesuai dengan segmen pasar sasaran. Peningkatan kenyamanan dan pengalaman emosional pelanggan dapat diperkuat melalui sentuhan personal, interaksi yang bersahabat, dan inovasi dalam tata ruang.

Gabungan antara pelayanan yang berkualitas dan suasana yang nyaman tidak hanya akan meningkatkan minat pelanggan untuk berkunjung kembali, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka dalam jangka panjang. Penelitian mendatang disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain seperti kepuasan pelanggan, harga, atau citra merek sebagai prediktor tambahan untuk keputusan konsumen dalam melakukan kunjungan ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, W. &. (2020). *The Role of Atmosphere in Influencing Customer Loyalty in Coffee Shops. International Journal of Contemporary Hospitality Management*,. 37(7), 2491–2505.
- Lailatus Sa'adah. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Lailatus (ed.)). LPPM Universitas KH.A. wahab Hasbullah.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing*,. 64(1), 12–40.
- Pratama, R. D., & Rachmawati, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Suasana dan Citra Kafe Terhadap Keputusan Konsumen untuk Berkunjung Kembali. Jurnal Manajemen dan Bisnis*,. 9(2), 135–142.
- Putri et al. (2023). *The Effect of Service Quality and Price on Repurchase Intention in Coffee Shop. Journal of Business and Management Review*,. 4(1), 55–62. <https://doi.org/10.47153/jbmr41.009>.
- Sari, M. D., & Wulandari, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Kafe terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*,. 9(1), 45–54.
- Sholihah, I. A. (2020). *Pengaruh Suasana Cafe Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Merdeka Cafe Nganjuk. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.
- Siregar, V. C. (2015). *minat berkunjung kembali. Galang Tanjung*, 2504, 1–9.
- Sugiyono. (2014). *metode penelitian bisnis*. Alfabeta.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). *Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence. Journal of Business Research*,. 49(2), 193–211.
- Wimbi, P. H. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan suasana kafe terhadap minat berkunjung kembali. Jurnal Manajemen*, 15(2), 45–60.
- Yolanda & Rahmidani. (2020). *Pengaruh store atmosphere dan service quality terhadap revisit intention konsumen pada golden cafe dan resto." Jurnal Ecogen*. 3(4), 584-597.