

Pengaruh Suasana Café, Kualitas Pelayanan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Om Ayam Sambal Ijo

Imam Bukhori *)
Agus Widarko **)
Arini Fitria Mustapita *)**

imamcemboy0027@gmail.com

Abstract

Based on research conducted with the aim of analyzing the effect of Café Atmosphere, Service Quality, Product Diversity on Consumer Loyalty at Om Ayam Sambal Ijo. The sample in this study were 88 customers of Om Ayam Sambal Ijo. The sampling technique used is purposive sampling where every customer who has made a repeat purchase has the opportunity to be a sample. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis with hypothesis testing using F test and t test. From this study, it was found that partially and simultaneously the variables of cafe atmosphere, service quality, product diversity had an effect to consumer loyalty.

Keywords: *Café Atmosphere, Service Quality, Product Diversity, Consumer Loyalty*

Pendahuluan

Konsumen adalah elemen dasar dari setiap bisnis. Pelanggan merupakan faktor penentu bagi eksistensi suatu tempat usaha. Dari pelangganlah sumber pendapatan tempat usaha berasal. Semakin banyak pelanggan semakin banyak pula peluang pendapatan yang didapatkan. Semakin banyak frekuensi pembelian, semakin banyak pula peluang peningkatan pendapatan. Kebutuhan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan karena pelanggan merupakan alasan mengapa suatu tempat usaha didirikan.

Dalam mempertahankan loyalitas konsumen suatu tempat usaha harus memberikan suasana café yang menyenangkan bagi konsumen pada saat berada di dalam toko, karena konsumen yang merasa senang diharapkan akan melakukan pembelian kembali. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu produk, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Untuk mempertahankan loyalitas konsumen terhadap suatu café, dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik agar membuat konsumen nyaman berada di dalam suatu café tersebut. Peran dari kualitas pelayanan agar supaya mempertahankan konsumen dalam pelayanan akan tetapi juga agar dapat menarik konsumen.

Melihat fenomena yang terjadi, pelaku bisnis kini memilih strategi pemasaran dengan memanfaatkan bermacam varian dalam produk yang di tawarkan. Keanekaragaman barang ialah kelengkapan barang yang ditawarkan yang menyangkut berbagai jenis barang yang disediakan, juga adanya barang tersebut setiap saat di suatu café. Tuntutan konsumen yang membutuhkan kualitas dan keragaman produk yang bervariasi, harga bersahabat serta pelayanan yang efektif, menuntut para pemilik usaha berlomba memperbaiki kualitas produknya. Loyalitas konsumen dalam sebuah bisnis dapat di lihat dengan adanya beberapa faktor, antaranya adalah suasana café, kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk. Ketersediaan macam-macam varian yang di tawarkan pebisnis untuk konsumen merupakan salah satu cara agar konsumen menjadi tertarik dan

menjadi loyal terhadap suatu produk.

Om Ayam Sambal Ijo merupakan salah satu bisnis yang menjual berbagai varian minuman mulai dari non coffee, coffee, tea, dan juga makanan. Om Ayam Sambal Ijo sendiri menjadi salah satu cafe yang menjadi tepat nongkrong mahasiswa karena mempunyai lokasi yang berada tepat di sebrang jalan pascasarjana STIE Malangkececwara. Tak sedikit juga konsumen dari luar yang membeli dengan menggunakan aplikasi Gojek dan Grab. Om Ayam Sambal Ijo juga telah menggunakan media sosial, mereka mempunyai facebook dan instargram untuk mempromosikan produk makanan dan minuman mereka.

Rumusan Masalah

1. Apakah suasana café, kualitas pelayanan, keanekaragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen Om Ayam Sambal Ijo?
2. Apakah pengaruh suasana café terhadap loyalitas konsumen Om Ayam Sambal Ijo?
3. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Om Ayam Sambal Ijo?
4. Apakah pengaruh keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen Om Ayam Sambal Ijo?

Tinjauan Teori

Rorimpandey, Sepang dan Arie (2017) melakukan penelitian tentang “analisis pengaruh *store atmosphere* dan keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen di Black cup café coffee & roastery. Dengan hasil semua variabel X berpengaruh positif dan signifikan pada variabel Y.

Kolonio dan Soepono (2019) melakukan penelitian tentang Pengaruh *service quality*, *trust* dan *consumer satisfaction* terhadap *consumer loyalty* pada CV Sarana Marine Fiberglass. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan untuk pengembangan serta pendalaman ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya *Consumer Loyalty* pada CV. Sarana Marine Fiberglass.

Bulan, Rizal dan Widiyanti (2019) Melakukan penelitian tentang pengaruh *service quality and store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada tokoh makmur swalayan di kota langsa. Dalam penelitian membuktikan bahwa dari hasil uji *adjusted R square* menjelaskan *service quality and store atmosphere* mempengaruhi *impulse buying* pada Toko Makmur Swalayan di Kota Langsa sebesar 29,7%, sedangkan sisanya 70,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Mandei (2020). Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh suasana café, kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen di *brownice beverage and pastry*”. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa: Secara silmutan dan parsial suasana café, *service quality* dan keanekaragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di *brownice beverage and pastry*.

Rooroh (2020). Dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh suasana café, kualitas pelayanan dan harga terhadap *kepuasan* pelanggan studi kasus pada café casa de wanea manado”. Dengan hasil yang diperoleh suasana café, *service quality*, and *price* berpengaruh secara silmutan dan parsial terhadap *kepuasan* pelanggan.

Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah adalah menjaga dan membuat konsumen agar tertarik dan percaya terhadap suatu merek dalam jangka yang panjang.

Suasana Café

Suasana café adalah susunan atau penataan yang menciptakan kombinasi dari karakteristik fisik café seperti warna, hiasan, desain ruangan serta penataan benda sebagai ciri khas dari suatu cafe yang bisa menciptakan citra dalam benak konsumen. Menurut Evans (2012), indikator suasana café dapat dibagi menjadi lima elemen utama yaitu 1.) Bagian depan café 2.) Bagian dalam café 3.) Tata letak café 4.) dekorasi dalam café 5.) Kebersihan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah pemberian yang sangat baik atau unggul yang diberikan oleh suatu perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014), terdapat lima indikator kualitas layanan yaitu 1) Reliabilitas 2.) Daya tanggap 3.) Jaminan 4.) Empati 5.)Berwujud.

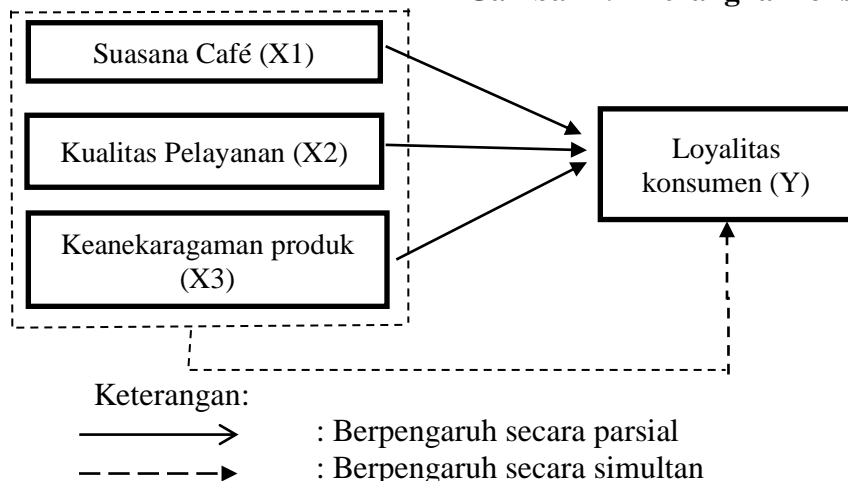
Keanekaragaman Produk

Keanekaragaman produk merupakan kelengkapan berbagai jenis produk yang ditawarkan oleh toko serta ketersediaan produk tersebut setiap saat. Indikator keanekaragaman produk menurut

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan menurut penelitian terdahulu, dapat disusun kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1 = Suasana Café, Kualitas Pelayanan, dan Keanekaragaman Produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen di Om Ayam Sambal Ijo.
- H2 = Suasana Café memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Om Ayam Sambal Ijo.
- H3 = Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Om Ayam Sambal Ijo.
- H4 = Keanekaragaman barang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Om Ayam Sambal Ijo.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Selain itu, penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian explanatory research. Populasi pada penelitian Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Om Ayam Sambal Ijo yang memenuhi kriteria dengan jumlah konsumen sebanyak 720 orang secara keseluruhan. Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin, dengan jumlah sampel 88 konsumen.

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Variabel	Instrumen	r Hitung	Status	Cronbach Alpha	Status
Validitas konsumen	1	0.768	Valid	0,800	Reliabel
	2	0.845			
	3	0.778			
	4	0.820			
	5	0.802			
	6	0.827			
Suasana Café	1	0.668	Valid	0,778	Reliabel
	2	0.759			
	3	0.682			
	4	0.707			
	5	0.696			
Kualitas pelayanan	1	0.769	Valid	0,795	Reliabel
	2	0.740			
	3	0.734			
	4	0.763			
	5	0.787			
Keanekaragaman produk	1	0.787	Valid	0,809	Reliabel
	2	0.851			
	3	0.706			
	4	0.781			

Uji Multikolinieritas

Tabel Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Suasana Café	.537	1.863
	Kualitas Pelayanan	.434	2.303
	Keanekaragaman Produk	.485	2.064

Berdasarkan tabel di atas Uji multikolinieritas diketahui bahwa variabel Suasana Café (X1) nilai VIF sebesar 1,863 Kualitas Pelayanan (X2) nilai VIF sebesar 2,303 dan variabel Keanekaragaman Produk (X3) nilai VIF sebesar 2,064 yang menunjukkan bahwa variabel Suasana Café (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keanekaragaman Produk (X3) memiliki nilai VIF < 10 dengan nilai tolerance > 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji multikolinieritas menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.964	1.665		2.381	.020
Suasana Cafe	-.108	.095	-.168	-1.130	.262
Kualitas Pelayanan	-.106	.103	-.170	-1.029	.307
Keanekaragaman produk	.120	.109	.173	1.102	.274

Berdasarkan tabel di atas Uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa variabel Suasana Cafe (X1) Kualitas pelayanan (X2) dan Keanekaragaman Produk (X3) memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ yang artinya dalam penelitian ini tidak ada terjadinya heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.671	2.455		.273	.785
Suasana café	.345	.141	.245	2.454	.016
Kualitas pelayanan	.495	.152	.360	3.247	.002
Keanekaragaman produk	.396	.161	.258	2.461	.016

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas mendapatkan hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 0,671 + 0,345 X_1 + 0,495 X_2 + 0,396 X_3 + e$

Uji Hipotesis

Uji F (simultan)

Tabel Uji F (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	428.529	3	142.843	35.883	.000 ^b
	Residual	318.459	80	3.981		
	Total	746.988	83			

Berdasarkan tabel Uji F diketahui bahwa nilai F sebesar 35,883 dengan angka signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dapat dilihat bahwa semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Uji t

Tabel Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.671	2.455		.273	.785
Suasana Cafe	.345	.141	.245	2.454	.016
Kualitas pelayanan	.495	.152	.360	3.247	.002
Keanekaragaman produk	.396	.161	.258	2.461	.016

Berdasarkan tabel diatas tabel uji t diatas dapat diketahui bahwa:

1. Suasana Café (X1) diketahui bahwa nilai t hitung yang di dapat sebesar 2,454 dan signifikansinya sebesar $0,016 < 0,05$ menunjukkan H_0 ditolak dan H_2 diterima.
2. Kualitas Pelayanan (X2) diketahui nilai t hitung yang di dapat sebesar 3,247 dan signifikansinya sebesar $0,002 < 0,05$ menunjukkan H_0 ditolak dan H_3 diterima.

3. Keanekaragaman Produk (X3) diketahui nilai t hitung yang di dapat sebesar 2,461 dan signifikansinya sebesar $0,016 < 0,05$ menunjukkan H_0 ditolak dan H_4 diterima.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Berdasarkan tabel nilai Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,640. Hal ini membuktikan bahwa Suasana café Kualitas pelayanan dan Keanekaragaman produk memiliki pengaruh simultan sebesar 64% terhadap Loyalitas konsumen dan 36% oleh variabel yang lain tetapi dalam penelitian ini tidak digunakan.

Pembahasan

Pengaruh Suasana Café, Kualitas Layanan, dan Keanekaragaman Barang Terhadap Loyalitas Konsumen di Om Ayam Sambal Ijo.

Variabel suasana café, kualitas layanan, dan keanekaragaman produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen di om ayam sambal ijo. Hal ini membuktikan bahwa suasana café, kualitas pelayanan, dan keanekaragaman produk memiliki hubungan yang erat terhadap loyalitas konsumen. Dengan penjelasan ini maka dapat disimpulkan bahwa semakin bagus dan menarik Suasana café, kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk yang dimiliki sebuah *café and resto* maka akan menyebabkan semakin tinggi pula loyalitas konsumen dan begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat kebagusan dan menariknya suasana café, kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk suatu *café and resto* maka akan menyebabkan semakin rendah pula loyalitas konsumen.

Pengaruh Suasana Café Terhadap Loyalitas Konsumen

Suasana Cafe (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen. Hal ini membuktikan bahwa Suasana Café memiliki hubungan yang sangat erat kaitannya terhadap Loyalitas konsumen. Hasil ini membuktikan bahwa sebagian besar dari responden setuju bahwa dengan adanya suasana café yang nyaman dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dan dapat dilihat dari jawaban responden pada indikator bagian dalam café yang memiliki nilai tertinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mandei (2020) yang menyatakan bahwa suasana café berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di *brownice beverage and pastry*.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen

Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas konsumen. Hal ini membuktikan bahwa Kualitas layanan memiliki hubungan yang sangat erat terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden setuju bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dan dapat dilihat dari jawaban responden pada indikator berwujud yang memiliki nilai tertinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Kolonio dan Soepono (2019) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada CV Sarana *Marine Fiberglass*.

Pengaruh Keanekaragaman Barang Terhadap Loyalitas Konsumen

Keanekaragaman Barang (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa keanekaragaman barang memiliki hubungan yang sangat erat terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian

besar dari responden setuju bahwa dengan adanya keanekaragaman produk yang bervariasi dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dan dapat dilihat dari jawaban responden pada indikator bahan produk yang beragam yang memiliki nilai tertinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rorimpandey, Sepang dan Arie (2017) yang membuktikan bahwa keanekaragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada di *Black cup café coffee & roastery*.

Kesimpulan

1. Suasana Café, Service Quality, dan Keanekaragaman barang berpengaruh secara simultan, positif, dan signifikan pada Loyalitas pelanggan.
2. Suasana Café secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.
3. Kualitas Pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan.
4. Keanekaragaman Produk secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Dan berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka dapat disarankan:

Saran

1. pembuat skripsi memberi saran kepada pemilik usaha untuk menjaga kondisi usaha dalam menciptakan loyalitasnya dengan mempertahankan faktor suasana café, kualitas pelayanan, dan Keanekaragaman barang.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti Kualitas produk, diskon, dan lain sebagainya yang diduga memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam penelitian selanjutnya agar dapat memperluas penelitian.

Daftar Pustaka

- Jissi Majesti, and Vanda Mandei. “Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Brownice Beverage and Pastry.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020): 361–369
- Rooroh, C A M, S Moniharapon, S J R Loindong, Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, and Harga. “Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea)
- Bulan, Tengku Putri Lindung, Muhammad Rizal, and Tri Widiyanti. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Toko Makmur Swalayan Di Kota Langsa.” *Niagawan* 8, no. 1 (2019): 27.
- Rorimpandey, Jenet, Jantje Sepang, and Fitty Valdi Arie. “Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Cafã% Black Cup Coffee & Roastery.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 5, no. 2 (2017): 893–900.
- Kolonio, J., dan Soepono, D. (2019). “Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Sarana Marine Fiberglass.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7, no. 1 (2019): 831–840.

Imam Bukhori *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Agus Widarko **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Arini Fitria Mustapita ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma