

## PENGARUH CAFE ATMOSPHERE, MENU VARIATION DAN PRICE TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG RESTO SUPER GEPREK SAPE KABUPATEN BIMA

Hairunisa<sup>1</sup>, Muhajirin<sup>2</sup>, Feni Aryani<sup>3</sup>

<sup>1, 2, 3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Jl. Monginsidi, Bima, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Email: [hairunisa265@gmail.com](mailto:hairunisa265@gmail.com)

---

### Article History

Received: 12-06-2026

Revision: 25-06-2026

Accepted: 28-06-2026

Published: 30-06-2026

**Abstract.** This study aims to analyze the influence of cafe atmosphere, menu variation, and price on customer satisfaction at Super Geprek Sape Restaurant in Bima Regency. The study used a quantitative approach with an associative research type. The study population was all customers at Super Geprek Sape Restaurant in Bima Regency, with a sample of 96 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the help of the SPSS program. Data analysis included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, correlation coefficients, determination coefficients, t-tests, and F-tests. The results showed that cafe atmosphere, menu variation, and price had a positive and significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously. These findings indicate that a comfortable restaurant atmosphere, diverse menu variations, and prices that are in accordance with the quality of products and services are important factors in increasing customer satisfaction. These three variables were able to explain 37.8% of the variation in customer satisfaction, while the rest was influenced by other factors outside the study. Thus, improving the quality of the restaurant atmosphere, menu innovation, and appropriate pricing can be effective strategies to increase customer satisfaction.

**Keywords:** Cafe Atmosphere, Menu Variation, Price, Visitor Satisfaction, Restaurant Business

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price* terhadap kepuasan pengunjung Resto Super Geprek Sape Kabupaten Bima. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung Resto Super Geprek Sape Kabupaten Bima, dengan sampel sebanyak 96 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini mengindikasikan bahwa suasana restoran yang nyaman, variasi menu yang beragam, serta harga yang sesuai dengan kualitas produk dan layanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 37,8% variasi kepuasan pengunjung, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan kualitas suasana restoran, inovasi menu, dan penetapan harga yang tepat dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

**Kata Kunci:** Cafe Atmosphere, Variasi Menu, Harga, Kepuasan Pengunjung, Restoran

---

**How to Cite:** Hairunisa., Muhajirin., & Aryani, F. (2026). Pengaruh *Cafe Atmosphere*, *Menu Variation* dan *Price* Terhadap Kepuasan Pengunjung Resto Super Geprek Sape Kabupaten Bima. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (3), 3231-3244. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i3.6367>

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia semakin pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat dan meningkatnya persaingan usaha makanan dan minuman. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen. Kepuasan pengunjung menjadi faktor penting karena berpengaruh terhadap keputusan kunjungan ulang, loyalitas pelanggan, serta keberlangsungan usaha kuliner. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price*. *Cafe atmosphere* berkaitan dengan suasana fisik yang dirasakan pengunjung, seperti tata ruang, kebersihan, pencahayaan, dan kenyamanan tempat. Menurut Berman dan Evans (2012), suasana tempat yang dirancang dengan baik dapat memengaruhi emosi dan persepsi pelanggan. Selain itu, variasi menu juga menjadi pertimbangan penting karena memberikan lebih banyak pilihan sesuai kebutuhan dan selera konsumen (Gumelar et al., 2016). Faktor lain yang turut memengaruhi kepuasan adalah harga. Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa harga yang sesuai dengan kualitas produk dan layanan akan memberikan nilai yang positif bagi konsumen.

Resto Super Geprek Sape Kabupaten Bima merupakan salah satu usaha kuliner yang cukup dikenal masyarakat dan menawarkan berbagai menu ayam geprek serta seafood. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengunjung. Beberapa menu yang tercantum dalam daftar terkadang tidak tersedia, harga beberapa produk dinilai lebih tinggi dibandingkan pesaing, dan suasana resto kurang nyaman pada saat jumlah pengunjung meningkat karena keterbatasan tempat duduk dan tingginya tingkat kebisingan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pengunjung dan layanan yang diterima sehingga perlu dikaji lebih lanjut.

Penelitian mengenai pengaruh *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price* terhadap kepuasan konsumen telah banyak dilakukan, namun penelitian yang secara khusus mengkaji ketiga variabel tersebut pada Resto Super Geprek Sape Kabupaten Bima masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada objek penelitian dan konteks lokal yang berbeda, sehingga dapat memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung pada usaha kuliner di Kabupaten Bima. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price* baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pengunjung Resto Super Geprek Sape Kabupaten

Bima. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola usaha dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

## METODE

Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif adalah suatu metode yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih, yaitu variabel (X) dan (Y). (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini seberapa besar hubungan atau pengaruh antara *cafe atmosphere* (X1) *menu variation* (X2) dan *price* (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) Resto super geprek sape kabupaten Bima. Adapun instrument penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah koesioner dengan menggunakan skala likert, responden diberikan serangkaian pertanyaan dengan memilih salah satu alternative jawaban yang anggap paling tepat

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung resto super geprek sape kabupaten Bima yang sudah tidak bisa di ketahui secara pasti. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Adapun sampel penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu Untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan, maka sampel diambil secara aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2017). Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka untuk mengetahui besarnya sampel yaitu menggunakan rumus *Unknown Population*:  $n = \left[ \frac{(Za/2) \cdot \sigma}{e} \right]^2$  (Zahrowati dan Suparwati, 2018).

Keterangan :

N : jumlah sampel

Za/2 : nilai dari tabel distribusi Normal atas Tingkat keyakinan 95 % = 1,96 %.

$\sigma$  : standar deviasi 25 %

e : error (batas kesalahan = 5%)

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan di ambil adalah :

$$N = \left\{ \frac{((Za/2) \cdot \sigma)}{e} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{1.96 \cdot 0.25}{5\%} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{0.49}{0.05} \right\}^2$$

$$N = 96.4$$

Sesuai dengan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas maka di dapat sampel sebesar 96,04 dan bulatkan menjadi 96 responden, Dan penentuan sampel dalam penelitian juga peneliti menggunakan Teknik *purposive sampling*, Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono (2020). Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk di gunakan untuk penelitian kuantitatif atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2020), Berdasarkan pertimbangan tersebut maka peneliti menjadikan sampel pada penelitian ini menjadi 96 responden, dengan kriteria seperti umur di atas 17 tahun karena di dapat memahami pertanyaan dalam kuesioner, bertempat tinggal disape kabupaten Bima, dan pernah membeli dan berkunjung diresto super geprek kabupaten Bima. Penelitian ini dilakukan pada Resto super geprek dikecamatan sape kabupaten bima. Teknik pengumpulan data yang di gunakan yaitu:

- Observasi; Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan mengenai suatu objek tertentu secara cermat secara langsung di lokasi penelitian tersebut.
- Kuisisioner; Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
- Studi Pustaka; Studi pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.

## **Teknik Analisis Data**

### *Pengujian Instrumen*

- Uji Validitas; Menurut (Sugiyono,2016) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, Suatu variabel dikatakan valid jika memiliki nilai  $r$  hitung  $> 0,300$ . Pengujian validitas ini dihitung dengan menggunakan bantuan dari Program SPSS.
- Uji Realibilitas; Suatu variabel dikatakan reliable (handal) jika memiliki nilai Cronbach Alpha  $> 0,600$ . Pengujian relibilitas ini dihitung dengan menggunakan bantuan dari Program SPSS

### *Uji Asumsi Klasik*

- Uji Normalitas; Menurut (Ghozali, (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal.
- Uji Heterokedastisitas; Menurut (Ghozali, (2017) heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian variabel pada model regresi miliki nilai yang sama maka disebut homoskedastitas.
- Uji Multikolinearitas ; Jika nilai tolerance-nya  $> 0,1$  dan  $VIF < 10$  maka tidak terjadi masalah Multikolonieritas dan jika nilai toelence-nya  $< 0,1$  dan  $VIF > 10$  maka terjadi Multikolonieritas.
- Uji Autokorelasi; Menurut (Ghozali,2017 ) bahwa uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

### *Regresi Linier Berganda*

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai indicator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2, dan X3). Dengan persamaan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pengunjung

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = *Cafe atmosphere*

X<sub>2</sub> = *Menu variation*

X<sub>3</sub> = *Price*

### *Koefisien Korelasi Berganda*

Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel independen, yaitu *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price*, dengan variabel dependen, yaitu kepuasan pengunjung. Nilai koefisien korelasi (R) berada pada rentang 0–1, di mana semakin mendekati angka 1 menunjukkan hubungan yang semakin kuat.

### Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price* dalam menjelaskan variasi kepuasan pengunjung. Semakin besar nilai  $R^2$ , semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dan uji F. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan pengunjung secara parsial. Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05). Sementara itu, uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price* secara simultan terhadap kepuasan pengunjung. Model penelitian dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05). Seluruh analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 26.

## HASIL DAN DISKUSI

### Uji Validitas

**Tabel 3.** Hasil uji validitas

| Variabel                  | Jumlah Item | Rentang r-hitung | r-tabel | Keterangan         |
|---------------------------|-------------|------------------|---------|--------------------|
| Cafe Atmosphere ( $X_1$ ) | 10          | 0,489 – 0,747    | 0,300   | Seluruh item valid |
| Menu Variation ( $X_2$ )  | 10          | 0,649 – 0,848    | 0,300   | Seluruh item valid |
| Price ( $X_3$ )           | 8           | 0,641 – 0,852    | 0,300   | Seluruh item valid |
| Kepuasan Pengunjung (Y)   | 10          | 0,532 – 0,781    | 0,300   | Seluruh item valid |

Berdasarkan Tabel 3 di atas, hasil pengujian validitas terhadap setiap butir pernyataan instrumen penelitian pada variabel *Cafe atmosphere*, *Menu variation*, *Price* dan kepuasan pengunjung dapat dikatakan semua item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid karena berada diatas standar validitas yaitu > 0,300.

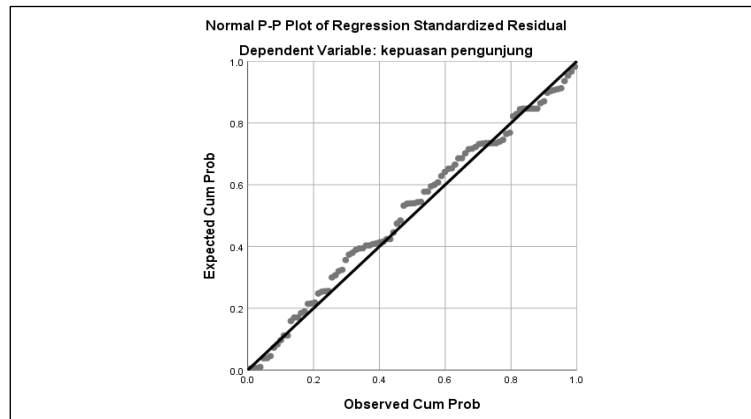
### Uji Reliabilitas

**Tabel 4.** Hasil uji reliabilitas

| Variabel            | Cronbach's Reliabilitas | Standar Reliabilitas | Keterangan |
|---------------------|-------------------------|----------------------|------------|
| Cafe Atmosphere     | 0,760                   | >0,600               | Reliabel   |
| Menu Variation      | 0,779                   | >0,600               | Reliabel   |
| Price               | 0,782                   | >0,600               | Reliabel   |
| Kepuasan Pengunjung | 0,765                   | >0,600               | Reliabel   |

Berdasarkan Tabel 4 di atas, yaitu hasil uji reliabilitas terhadap item pernyataan pada variabel *cafe atmosphere* (X1), *menu variation* (X2), *price* (X3), dan kepuasan pengunjung (Y), dengan nilai *Cronbach's Alpha* sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan, yaitu 0,600, artinya semua item pernyataan dari kuesioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan pembelian.

### Uji Normalitas



**Gambar 1.** Grafik normal P-P Plot of regression standardized residual

Gambar 1 menunjukkan bahwa butiran buih mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dan model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan variabel terikatnya. Untuk menegaskan hasil uji normalitas di atas, maka peneliti melakukan uji kolmogorov- smirnov dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 5.** Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 96                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 3.73887592              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .070                    |
|                                  | Positive       | .043                    |
|                                  | Negative       | -.070                   |
| Test Statistic                   |                | .070                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorof-Smirnov* di atas, terlihat nilai *Asymp.Sig* memiliki nilai  $> 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal dan model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen yaitu

keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independen Harga, *product knowledge* Maka data penelitian layak digunakan sebagai penelitian.

### Uji multikolinearitas

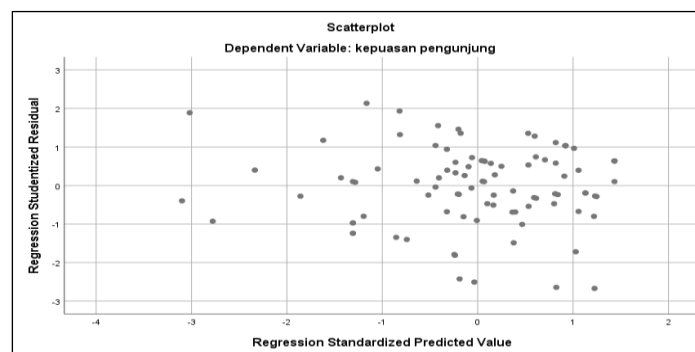
**Tabel 6.** Hasil uji multikolinearitas

| Model |                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)      | 7.636                       | 5.055      |                           | 1.511 | .134 |                         |       |
|       | cafe atmosphere | .296                        | .118       | .259                      | 2.514 | .014 | .639                    | 1.566 |
|       | menu variation  | .253                        | .107       | .227                      | 2.359 | .020 | .729                    | 1.373 |
|       | price           | .313                        | .129       | .266                      | 2.422 | .017 | .561                    | 1.782 |

a. Dependent Variable: kepuasan pengunjung

Berdasarkan nilai Collinearity Statistics pada tabel output di atas, diperoleh nilai Tolerance variabel *cafe atmosphere* (X1) sebesar 0,639 maka nilai Tolerance variabel tersebut  $> 0,10$ . Sementara nilai VIF untuk variabel *cafe atmosphere* (X1) sebesar 1,566. Nilai Tolerance variabel *menu variation* (X2) sebesar 0,729 maka nilai Tolerance variabel tersebut  $> 0,10$ . Sementara nilai VIF untuk variabel *menu variation* (X2) sebesar 1,373. Nilai Tolerance variabel harga (X3) sebesar 0,561 maka nilai Tolerance variabel tersebut  $> 0,10$ . Sementara nilai VIF untuk variabel harga (X3) sebesar 1,782. Karena seluruh nilai VIF variabel tersebut  $< 10,00$  dan nilai Tolerance  $> 0,10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

### Uji Heteroskedestisita



**Gambar 2.** Scatterplot

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa penyebaran residual tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal itu dapat dilihat pada titik-titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa tidak terjadi residu.

## Uji Autokorelasi

**Tabel 7.** Hasil uji autokorelasi

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .615 <sup>a</sup> | .378     | .358              | 3.799                      | 1.938         |

Berdasarkan tabel 7 nilai durbin-watson sebesar 1.938 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,732 dan kurang dari (4-du)  $4 - 1,732 = 2,268$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

## Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 8.** Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| Model | Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      | Collinearity Statistics |       |
|-------|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                           | Unstandardized Coefficients | Std. Error | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)                | 7.636                       | 5.055      |                           | 1.511 | .134 |                         |       |
|       | cafe atmosphere           | .296                        | .118       | .259                      | 2.514 | .014 | .639                    | 1.566 |
|       | menu variation            | .253                        | .107       | .227                      | 2.359 | .020 | .729                    | 1.373 |
|       | price                     | .313                        | .129       | .266                      | 2.422 | .017 | .561                    | 1.782 |

a. Dependent Variable: kepuasan pengunjung

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat dijelaskan persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y: 7.636 + 0.296 X_1 + 0.253 X_2 + 0.313 X_3$$

- Nilai konstanta sebesar 7.636 dapat diartikan apabila variabel kepuasan pengunjung dianggap nol, maka keputusan pembelian sebesar 7.636.
- Nilai koefisien beta pada variable cafe atmosphere ( $X_1$ ) sebesar 0,296 menunjukkan bahwa setiap peningkatan cafe atmosphere sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,296 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien beta pada variabel menu variation ( $X_2$ ) sebesar 0,253 menunjukkan bahwa setiap peningkatan menu variation sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,253 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien beta pada variabel Koefisien regresi price ( $X_3$ ) sebesar 0,313 menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi price sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,313 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

## Uji Koefisien Korelasi

**Tabel 9.** Hasil Uji Koefisien Korelasi

| Model Summary <sup>b</sup>                                        |                   |          |                   |                            |               |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                                                             | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                                                                 | .615 <sup>a</sup> | .378     | .358              | 3.799                      | 1.938         |
| a. Predictors: (Constant), price, menu variation, cafe atmosphere |                   |          |                   |                            |               |
| b. Dependent Variable: kepuasan pengunjung                        |                   |          |                   |                            |               |

Dari hasil tersebut dapat diperoleh nilai R adalah sebesar 0,615. Hasil tersebut menjelaskan bahwa hubungan antara *cafe atmosphere*, *menu variation*, *price* sebagai variabel (X1), (X2) (X3) terhadap kepuasan pengunjung sebagai variabel (Y) berada pada titik kuat.

## Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 11.** Hasil uji koefesien determinasi

| Model Summary <sup>b</sup>                                        |                   |          |                   |                            |               |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                                                             | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                                                                 | .615 <sup>a</sup> | .378     | .358              | 3.799                      | 1.938         |
| a. Predictors: (Constant), price, menu variation, cafe atmosphere |                   |          |                   |                            |               |
| b. Dependent Variable: kepuasan pengunjung                        |                   |          |                   |                            |               |

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,378 yang berarti bahwa pengaruh *cafe atmosphere*, *menu variation* dan *price* terhadap kepuasan pengunjung sebesar 37,8%. Sisanya 62,2% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, *brand image* dan lain-lain.

## Uji Parsial ( Uji t)

**Tabel 12.** Hasil Uji T

| Coefficients <sup>a</sup>                  |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|--------------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                                            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                                          | (Constant)                  | 7.636      | 5.055                     | 1.511 | .134 |                         |       |
|                                            | cafe atmosphere             | .296       | .118                      | .259  | .014 | .639                    | 1.566 |
|                                            | menu variation              | .253       | .107                      | .227  | .020 | .729                    | 1.373 |
|                                            | price                       | .313       | .129                      | .266  | .017 | .561                    | 1.782 |
| a. Dependent Variable: kepuasan pengunjung |                             |            |                           |       |      |                         |       |

Berdasarkan Tabel 12, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *cafe atmosphere* memiliki nilai signifikansi 0,014 (< 0,05), sehingga H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *cafe atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Semakin nyaman dan menarik suasana restoran, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung.

Variabel *menu variation* memiliki nilai signifikansi 0,020 ( $< 0,05$ ), sehingga H2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *menu variation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Ketersediaan menu yang beragam mampu memenuhi berbagai preferensi konsumen dan meningkatkan pengalaman berkunjung. Variabel *price* memperoleh nilai signifikansi 0,017 ( $< 0,05$ ), sehingga H3 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Harga yang sesuai dengan kualitas produk dan layanan memberikan nilai yang baik bagi konsumen sehingga meningkatkan kepuasan mereka. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price* merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pengunjung Resto Super Geprek Sape Kabupaten Bima.

### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 13.** Hasil Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 807.602        | 3  | 269.201     | 18.649 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 1328.023       | 92 | 14.435      |        |                   |
|                    | Total      | 2135.625       | 95 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: kepuasan pengunjung  
b. Predictors: (Constant), price, menu variation, cafe atmosphere

Berdasarkan Tabel 13, diperoleh nilai F hitung sebesar 18,649 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 2,70, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa *cafe atmosphere*, *menu variation*, dan *price* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga H4 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengunjung tidak terbentuk hanya oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil kombinasi dari suasana restoran, keberagaman menu, dan kesesuaian harga yang dirasakan pelanggan. Pengunjung tidak hanya mempertimbangkan kualitas makanan, tetapi juga pengalaman yang diperoleh selama berada di restoran. Oleh karena itu, pengelola restoran perlu mengelola ketiga aspek tersebut secara terpadu agar mampu menciptakan pengalaman konsumsi yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pengunjung akan sulit dicapai apabila pengelola hanya berfokus pada satu aspek, misalnya harga yang terjangkau, tanpa didukung suasana yang nyaman dan pilihan menu yang memadai. Sebaliknya, suasana

yang menarik dan variasi menu yang beragam juga belum tentu mampu menghasilkan kepuasan yang tinggi apabila harga yang ditawarkan dianggap tidak sesuai oleh konsumen. Dengan demikian, strategi pengelolaan restoran perlu dilakukan secara menyeluruh dengan menyeimbangkan kualitas lingkungan fisik, inovasi menu, dan penetapan harga agar mampu memenuhi harapan pengunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wahyuningtyas dan Widiastuti (2017) serta Aisah dan Primanto (2022) yang menunjukkan bahwa beberapa faktor pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan dan respons konsumen. Temuan tersebut memperkuat bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling mendukung dalam menciptakan pengalaman konsumsi yang positif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan yang dijelaskan diatas, maka dapat ditarik sebagai berikut:

- Variabel *Cafe atmosphere* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung resto super geprek.
- Variabel *Menu variation* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung resto super geprek.
- Variabel *Price* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung resto super geprek.
- Variabel *cafe atmosphere*, *menu variation* dan *price* berpengaruh secara Bersama- sama atau simultan terhadap kepuasan pengunjung resto super geprek.

## REKOMENDASI

- Bagi Resto Super Geprek; Berdasarkan hasil penelitian, pihak Resto Super Geprek Sape Kabupaten Bima disarankan untuk terus meningkatkan kualitas suasana restoran (*cafe atmosphere*) dengan menjaga kebersihan, kenyamanan, dan tata ruang yang menarik sehingga pengunjung merasa betah saat berkunjung. Selain itu, restoran perlu melakukan inovasi dan penambahan variasi menu secara berkala agar konsumen memiliki lebih banyak pilihan serta tidak merasa bosan dengan menu yang tersedia. Dari aspek harga, pihak restoran diharapkan dapat mempertahankan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan daya beli konsumen sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga. Di samping itu, evaluasi terhadap kepuasan pelanggan perlu dilakukan secara rutin sebagai bahan perbaikan layanan, serta peningkatan kualitas pelayanan karyawan harus terus dilakukan agar

pengunjung memperoleh pengalaman yang lebih baik dan terdorong untuk melakukan kunjungan kembali.

- Bagi Peneliti Selanjutnya; Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengunjung, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi usaha, promosi, maupun loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek dan jumlah responden yang lebih luas sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung restoran

## REFERENSI

- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology*, 2(2), 58–69.
- Aisah, Siti, Siti Asiyah, and Alfian Budi Primanto. 2022. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA).” *E-Jurnal Riset Manajemen* (2020):52–60.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2012). *Retail Management*. Pearson Education.
- Barao, V. A. R., Coata, R. C., Shibli, J. A., Bertolini, M., & Souza, J. G. S. (2022). *Pengaruh Suasana Cafe terhadap Minat Kunjungan Konsumen pada Cafe Succes Gayo*. *Jurnal Aktual*, 33(1), 1–12.
- Erisca, & Ismayuni. (2023). Pengaruh Variasi Menu terhadap Kepuasan dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*.
- Gumelar. (2016). Pengaruh Variasi Menu terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Ghozali, Imam. 2016. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8).” *Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro* 96.
- Ghozali, Imam. 2017. “Aplikasi Analisis Multivariate dan ekonometrika teori, konsep, dan aplikasi Dengan Program Eviews 10 (Edisi 2).”
- Harto, B. R., and Z. Munir. 2021. “Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee.” *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen* 9(1):89–98.
- Julius, & dkk. (2023). Analisis Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga dan Daya Saing Harga terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Toko Kopel Bulog Divre Sumsel Palembang. *Jurnal Ekonomika*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 19–29.
- Makarim, I. A., & Pradana, B. I. (2022). *Pengaruh Pemasaran Digital, Word Of Mouth, dan Online Customer Review terhadap Minat Kunjungan Wisatawan*. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 139–146.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.

- Minarti. (2021). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Novianti. (2020). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Konsumen Mengunjungi Cafe. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Pratama, & dkk. (2024). Analisis Pengaruh Suasana Cafe terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Kuliner. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Prasetyani, Ikhtiyar et. a. 2019. "Pengaruh Sumber Informasi, Keamanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 10(2):91–104.
- Ramdani. (2021). Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Riyono, A. D. Astono, and R. Novitasari. 2019. "Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Oleh Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Aka Semarang)." *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* 10(2017):61–71.
- Sihombing. (2022). Pengaruh Inovasi Menu dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Sihombing, M. M., & Arifin, M. H. (2021). *Pengaruh Varian Menu , Harga , dan Suasana Cafe , Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin*. 1(1),26-33.
- Sugiyono. 2016a. "Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif,R&D." *Bandung,Alfabeta*.
- Sugiyono. 2019b. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tawakkal. (2021). Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Wahyuningtyas, Yunita Fitri, and Dyah Ayu Widiastuti. 2017. "Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook)." *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha* 23(2):112–20. doi: 10.32477/jkb.v23i2.208.
- Wulan Dary, Riszha et. a. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater." *Islamic Economics and Finance in Focus* 1(3):252–63.
- Yulizad, Mai, and Sinta Sila Yeneti. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Journal of Social and Economics Research* 4(1):69–72.