



JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI

P-ISSN 2339-0603

E-mail: analisa.journal@untag-banyuwangi.ac.id

FAKTOR PENDORONG KEPUASAN KONSUMEN PADA DRAGON CAFE JAJAG BANYUWANGI

Nazwa Sabrina, Achmad Nur Komari, Winda Hurotul

¹ manajemen Department, Faculty of Economic, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor pendorong kepuasan konsumen dragon cafe jajag banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mengetahui dan menguji seberapa besar pengaruh lingkungan fisik, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada *Dragon Cafe Jajag Banyuwangi*. Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab 4, maka simpulan yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut : Lingkungan Fisik (X1) Uji t untuk Lingkungan Fisik (X1) hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa t hitung adalah 3,654 dan t tabel 1,973 sehingga $(3,654 > 1,973)$ maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Layanan (X2) Uji t untuk Kualitas Layanan (X2) hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa t hitung adalah 3,927 dan t tabel 1,973 sehingga $(3,927 > 1,973)$ maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk (X3) Uji t untuk Kualitas Produk (X3) hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa t hitung adalah 5,617 dan t tabel 1,973 sehingga $(5,617 > 1,973)$ maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Article History

Keywords

Kepuasan Karyawan,
Beban Kerja, rumah sakit

INTRODUCTION

Pada masa sekarang, dunia usaha dan bisnis berkembang dengan sangat pesat. Dewasa ini, usaha dan bisnis dalam bidang kuliner menjadi sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Menurut Lukman (2016), menjamurnya berbagai macam bisnis dan usaha, hal ini meningkatkan persaingan antara pengusaha bisnis di bidang kuliner. Dengan populasi mencapai lebih dari 250 juta penduduk, Indonesia merupakan pasar yang menguntungkan bagi produsen makanan dan minuman serta industri pendampingnya.

Menurut Putra (2021), setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan – perusahaan seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Dengan demikian lingkungan yang dihadapi suatu perusahaan juga akan menjadi semakin kompleks. Dengan ini, perusahaan dipaksa untuk siap menghadapi persaingan guna meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Salah satu upaya perusahaan untuk mewujudkan tujuannya

agar mampu bersaing dengan perusahaan lain adalah dengan meningkatkan dan mempertahankan pelanggan.

Setiap tahunnya penduduk Indonesia mengalami peningkatan kepadatan penduduk. Selain itu tingkat konsumtif masyarakat untuk melakukan transaksi juga semakin meningkat. Menurut Kristanto (2018), salah satu kegiatan konsumtif masyarakat saat ini adalah seperti konsumsi makanan dan berkumpul di *Cafe*. *Cafe* menjadi salah satu alternatif pilihan masyarakat untuk berkumpul bersama atau sekedar bersantai hingga pertemuan penting lainnya.

Menurut Irawan (2020), saat ini sektor pariwisata merupakan aspek penting dalam meningkatkan pembangunan tingkat nasional. Sektor wisata telah menjadi faktor unggulan dalam memacu pertumbuhan ekonomi untuk membuka peluang usaha serta pariwisata dalam kegiatan pariwisata. Bisnis dalam bidang *food and beverages* saat ini menjadi peluang usaha yang memiliki banyak peminat di kalangan pengusaha, karena selain dapat menghasilkan *profit* yang cukup besar, makanan juga merupakan kebutuhan dasar yang dibutuhkan manusia. Dengan adanya peluang bisnis yang meningkat dari waktu ke waktu, maka hal ini mendorong para pelaku bisnis yang muncul dan menawarkan produk usaha yang beragam.

Wilayah Banyuwangi, mulai berkembang berbagai macam bisnis kuliner yang menawarkan berbagai produk. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk berpikir kreatif agar bisnisnya mampu bersaing di pasaran. Kreatifitas sangat diperlukan dalam hal ini, perusahaan harus mampu menciptakan lingkungan fisik dan suasana yang menarik dan unik. Konsumen yang nyaman pada akhirnya akan betah berlama – lama berada tempat makan atau *Cafe* dan akan berkunjung kembali sebagai wujud rasa puas yang dirasakan oleh konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menciptakan suasana lingkungan fisik yang nyaman pada tempat makan atau *Cafe*. Lingkungan fisik bisa diciptakan melalui *ambient* (suasana), *aesthetic facility* (estetika fasilitas), *layout* (tata ruang), dan *table setting* (penataan meja) yang secara psikologis dapat membuat nyaman konsumen sehingga muncul kecenderungan konsumen merasa puas dan mendorong konsumen untuk kembali berkunjung ke tempat makan atau *Cafe*. Kepuasan konsumen dapat timbul oleh beberapa faktor lain salah satunya yaitu kualitas layanan dan kualitas makanan.

Kualitas layanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena semakin baik pelayanan suatu *Cafe* akan menimbulkan rasa puas oleh konsumen dan mendorong konsumen menjadi loyal. Apabila layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka pelayanan tersebut dikatakan memuaskan sehingga konsumen akan datang berkunjung dan membeli kembali di tempat makan atau *Cafe*. Menurut Kotler (2005) kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan yang berasal dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.

Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu kualitas makanan, di mana hal ini adalah sesuatu yang perlu untuk diperhatikan. Konsumen tentu akan menyukai produk makanan yang enak namun dengan kualitas yang baik. Dalam hal ini konsumen akan merasa puas dan perusahaan juga dapat memenangkan persaingan antar bisnis yang berkembang. Menurut Kotler (2005) dalam Mufidah (2020) kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk atau pelayanan yang dalam hal ini mencakup keseluruhan ciri produk itu sendiri yang mampu untuk memberi kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Apabila konsumen tidak merasa puas terhadap produk konsumen akan lebih cenderung beralih pada produk lain yang memiliki kualitas produk yang setara. Dengan begitu pelaku usaha perlu untuk memperhatikan faktor kualitas makanan untuk dapat mempertahankan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan.

Penelitian Lingkungan fisik, Kualitas layanan dan Kualitas makanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini mendukung penelitian dari Damayanti, dkk (2020), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan lingkungan fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Cafe Unsilent* Palembang. Sehingga apabila *Cafe Unsilent* Palembang memberikan pelayanan yang baik pada konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, dan harus memperhatikan lingkungan sekitar agar membuat konsumen nyaman. Hal ini sejalan

dengan penelitian dengan penelitian Mufidah (2020), yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitiannya lingkungan fisik menjadi variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila variabel tersebut ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Hal ini yang dilakukan oleh *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi dalam menjalankan bisnisnya yang berorientasi pada konsumen dengan memberikan pelayanan yang nyaman serta memuaskan konsumen. *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi memiliki ciri khas tersendiri yang membuat kesan dan pengalaman berbeda kepada konsumen yang tidak didapat di *Cafe* lain. Selain pelayanan yang baik, *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi juga menyajikan lingkungan *Cafe* dengan mengusung konsep wisata kebun buah naga, di mana pengunjung juga dapat menikmati sensasi memetik buah naga secara langsung dari pohonnya. Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan judul penelitian “**Faktor Pendorong Kepuasan Konsumen Pada *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi**”

LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESES

2.1 Lingkungan Fisik

Dalam industri makanan Lingkungan fisik menjadi aspek penting dalam menentukan kondisi psikologis konsumen. Hal ini karena Lingkungan fisik dapat mempengaruhi perilaku konsumen serta dapat menciptakan image tempat makan. Menurut Ryu & Han (2009), di berbagai kondisi, atmosfer di suatu tempat dapat menjadi suatu aspek penting seperti produk yang dijual (makanan dan pelayanan) dalam pengambilan keputusan pembelian. Maka dari itu *Cafe* atau tempat makan harus membentuk lingkungan fisik yang sesuai dengan pasar dan dapat menarik pengunjung untuk mau membeli di *Cafe* atau tempat makan tersebut.

Lingkungan tempat makan atau *Cafe* merupakan karakteristik fisik yang biasa digunakan untuk membangun kesan konsumen serta menarik minat beli konsumen. Hal ini meliputi visual, penataan tata letak tempat duduk, cahaya, musik dan aroma yang memungkinkan untuk terciptanya lingkungan yang nyaman dan dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen agar mau melakukan pembelian. Menurut Lestari (2021) Lingkungan fisik adalah sekumpulan jasa yang terdiri atas tiga komponen yaitu kondisi lingkungan, tata ruang dan dekorasi serta tanda penunjuk arah. Secara umum lingkungan fisik dapat diartikan sebagai kemasan atas layanan dan faktor yang memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa Lingkungan fisik merupakan wujud dari kemasan layanan yang disajikan meliputi faktor lingkungan, sosial, pencahayaan, musik, desain, dan tata letak yang menjadi isyarat fisik untuk mewakili identitas dari perusahaan.

2.2 Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Putra (2018) “*Service is any activity or benefit that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything*” yang berarti jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Kotler dalam Afandi, et al (2019) mengatakan bahwa kualitas harus dimulai mulai dari kebutuhan konsumen hingga berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik tidak hanya dilihat dari persepsi perusahaan ataupun penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi dari konsumen.

Menurut Afandi (2019), dari sudut pandang konsumen, kualitas adalah nilai, berarti seberapa baik produk maupun jasa sebagai penyedia tujuan yang dimaksudkan berdasarkan harga yang konsumen bersedia untuk membayar dalam menilai kualitas. Menurut Tjiptono dalam Putri (2018), “kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Citra kualitas pelayanan tidak ditinjau dari persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan pada sudut pandang dari konsumen, karena konsumen yang mengkonsumsi dan menikmati pelayanan. Sehingga merekalah yang berhak untuk menentukan kualitas jasa. Persepsi konsumen terhadap jasa

yang telah disediakan merupakan suatu penilaian secara menyeluruh terhadap keunggulan layanan yang diberikan. Berdasarkan beberapa definisi terkait kualitas layanan, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa bentuk pemberian jasa kepada konsumen dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2.3 Kualitas Produk

Menurut Kotler (2016:407), *A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need*. Dengan artian bahwa produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar guna memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dapat disimpulkan bahwa produk adalah suatu perusahaan yang menciptakan dan menawarkan pendapat dalam memuaskan kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler (2016:283), kualitas produk sebagai *the ability of a product to perform its functions. Its includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operating and repair, and other valued attributes*. Artinya kualitas produk memiliki hubungan erat dengan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atributnya.

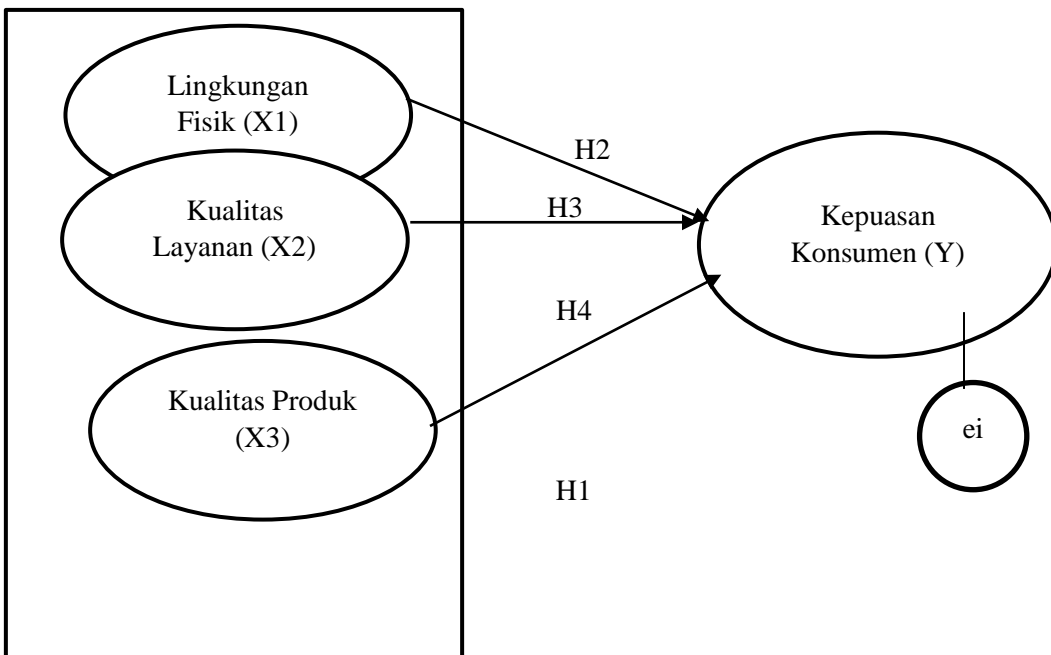
Kualitas produk merupakan aspek yang sangat penting bagi setiap perusahaan dalam bidang kuliner. Menurut Hotchkiss dalam Salsabilah (2018), *quality of food all those characteristic of excellence that make it acceptable to the food buyer*, artinya kualitas makanan mencakup seluruh karakteristik keunggulan yang membuatnya mampu diterima oleh pembeli makanan.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan merupakan salah satu karakteristik kualitas yang dimiliki oleh suatu makanan yang disajikan, dan dapat dievaluasi dengan mengecek poin – poin yang perlu dikontrol melalui nilai nutrisi yang terkandung dalam makanan, kualitas bahan yang digunakan, rasa, dan tampilan produk.

2.4 Kepuasan Konsumen

Menurut Barsky (1992) dalam Damayanti, dkk (2020) Kepuasan konsumen adalah salah satu indikator dari keberhasilan suatu usaha. Hal ini dipercaya secara umum sebab dengan memuaskan kebutuhan konsumen maka organisasi atau perusahaan dapat meningkatkan keuntungan dan mendapat pangsa pasar yang lebih luas. Menurut Kotler dan Keller (2009:138), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa individu yang timbul disebabkan menilai kinerja suatu produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Menurut Assauri dalam Sukmawati (2018:131) menyebutkan bahwa “Kepuasan konsumen merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan konsumen terhadap masa depan bisnis perusahaan”. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapat konsumen atas pengalaman konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harapan keinginan dan kebutuhan dari konsumen dapat terpenuhi sesuai dengan harapan.

2.5 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

- X1 = Variabel Gaya kepemimpinan
- X2 = Variabel Beban kerja
- X3 = Variabel kompensasi
- Y = Variabel kepuasan kerja
- ei = Variabel Pengganggu
- H₁ = Hipotesis 1 (secara parsial)
- H₂ = Hipotesis 2 (secara parsial)
- H₃ = Hipotesis 3 (secara parsial)
- H₄ = Hipotesis 4 (secara simultan)

METODE PENELITIAN

Lokasi dalam penelitian ini adalah di *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi atau *Dragon Cafe* Benteng Buah Naga Jajag JL. Juanda No 46-49 Jajag Gambiran Kabupaten Banyuwangi. Alasan memilih lokasi penelitian pada *Dragon Cafe*, karena *Dragon Cafe* mempunyai konsep tempat makan yang unik yaitu bernuansa perkebunan buah naga. Pada *Cafe* ini juga tersedia pertunjukan *live music* yang dapat memberikan kesan modern serta dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Selain itu, *Dragon Cafe* juga menyediakan pemandangan wisata kebun buah naga yang di mana pengunjung *Cafe* juga dapat menikmati sensasi memetik buah naga dari pohon secara langsung. Sehingga hal ini menjadi nilai tambah untuk membuat ketertarikan konsumen.

Sugiyono (2012 :115) menyatakan bahwa populasi merupakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2012:129) menyatakan bahwa bila dalam penelitian yang akan dilakukan menggunakan multivariate maka jumlah dari sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang membeli dan mengkonsumsi makanan di *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi. Ukuran sampel yang diambil dari keseluruhan indikator variabel independen dan variabel dependen yaitu $19 \times 10 = 190$ responden.

Pengumpulan data dengan tepat tentu sangat penting dilakukan, karena akan menentukan baik buruknya suatu penelitian. Menurut Sanusi dalam Irawan (2020), pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu *survey*, observasi, dan dengan dokumentasi. Dari segi teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan melakukan observasi, *interview* (wawancara), dan kuesioner (angket). Maka dikemukakan data berdasarkan tekniknya sebagai berikut: (Observasi, *Intervie*, Kuesioner)

RESULTS AND DISCUSSION

Pengaruh Lingkungan Fisik (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lingkungan Fisik (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), artinya apabila perusahaan meningkatkan kenyamanan lingkungan fisik yang ada didalam *Cafe* dengan didukung pelayanan yang baik kepada konsumen dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen maka akan meningkatkan kepuasan dari konsumen dalam mengkonsumsi produk maupun dari segi kenyamanan berada di *Cafe*.

Berdasarkan hasil analisis secara simultan dengan menggunakan uji F didapatkan hasil bahwa nilai F_{hitung} 65.025 > F_{tabel} 2,66 dengan nilai sig (0,000) < (0,05) maka H_0 ditolak. Artinya variabel lingkungan fisik (X1), kualitas layanan (X2), dan kualitas produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pengaruh Lingkungan Fisik (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Dragon Cafe Jajag Banyuwangi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan fisik (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk kuliner *Dragon Cafe* Jajag dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3.654 > 1.973). Lingkungan fisik yang ada pada *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi kepada konsumen mampu untuk menarik perhatian kepada konsumen untuk berkunjung ke *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan fisik mampu untuk membuat konsumen merasa puas berkunjung ke *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi. Menurut Shotack dalam Setyaningsih (2007:35) menyatakan bahwa kualitas lingkungan fisik berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan kemungkinan memunculkan persepsi untuk melakukan transaksi di waktu yang akan datang. Maka lingkungan fisik menjadi hal yang penting bukan sekedar masalah kuantitas dan perut kenyang, namun lebih pada kenyamanan konsumen pada saat menikmati produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Dragon Cafe Jajag Banyuwangi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk kuliner *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3.927 > 1.973), maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu untuk membuat konsumen merasa puas berkunjung ke *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi. Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan konsumen yaitu dengan meningkatkan kualitas layanan. Apabila adanya layanan yang baik, maka akan tercipta kepuasan dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Ketika konsumen merasa puas, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang sebagai bentuk rasa puas konsumen setelah melakukan pembelian produk. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniawati, dkk (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Restoren Pizza Hut Cabang Jember”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu untuk meningkatkan kepuasan dari konsumen, sehingga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dari Pizza Hut Jember. Maka bagaimana *Dragon Cafe* mampu meningkatkan kinerja pelayanan dalam *Cafe* maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Kepuasan Kosumen (Y) Pada Dragon Cafe Jajag Banyuwangi

Hasil penelitian bahwa kualitas produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk kuliner *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,617 > 1,9973), maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi kepada konsumen apabila kualitas produk ditingkatkan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen *Dragon Cafe* dan mendorong konsumen untuk kembali berkunjung dan membeli produk *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X3) mampu untuk membuat konsumen merasa puas atas produk yang ditawarkan oleh *Dragon Cafe*. Hal ini membuktikan bahwa untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk dengan cara memberikan produk yang berkualitas sesuai yang harapan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irawan (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas makanan, *Dining Atmosphere*, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Srengenge Wetan Banyuwangi” dengan hasil yang

menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, apabila kualitas makanan yang ditawarkan lebih ditingkatkan maka akan menimbulkan kepuasan konsumen *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi.

CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji seberapa besar pengaruh lingkungan fisik, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada *Dragon Cafe* Jajag Banyuwangi. Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab 4, maka simpulan yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut : Lingkungan Fisik (X1) Uji t untuk Lingkungan Fisik (X1) hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa t hitung adalah 3,654 dan t tabel 1,973 sehingga ($3,654 > 1,973$) maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Layanan (X2) Uji t untuk Kualitas Layanan (X2) hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa t hitung adalah 3,927 dan t tabel 1,973 sehingga ($3,927 > 1,973$) maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk (X3) Uji t untuk Kualitas Produk (X3) hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa t hitung adalah 5,617 dan t tabel 1,973 sehingga ($5,617 > 1,973$) maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

REFERENCES

- Afandi, M. R. 2019. Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada *Dira Cafe & Pool* Pontang Ambulu Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4, 81.
- Amstrong, & Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas, Jilid 2.
- Asnawi, N., & Masyuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Bitner, M. 1992. Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal Of Marketing*, vol. 54, 69-82.
- Creswell, J. (2016). *Research Design* Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit : Pustaka Pelajar.
- Damayanti, N., Wadud, M., & Roswaty. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe Unsilent* Palembang. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*.
- Darmaji, D. A. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Quick Chicken Indonesia Cabang Genteng Banyuwangi.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (cetakan 2). Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Faradisa, I., Budi, L., & Minarsih, M. 2016. Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal Of Management*, 2.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Huriyati, R. (2014). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*.
- Irawan, G. 2020. Pengaruh Kualitas Makanan, Dinning Atmosphere, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Srengenge Wetan Banyuwangi. 1.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Edisi 13. Jilid 1. Penerbit : Erlangga.

- Kotler, P. 2012. *Manajemen pemasaran*. (T. Hendra, & R. A. Rusli, Trans.) Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., Keller, & Lane, K. 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi Keduabelas)*. Jakarta: PT Indeks.
- Kristanto, J. O. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Cafe One Eighteenth Coffee*. 16.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember.
- Lestari, A. 2021. Pengaruh Kualitas Makanan Dan Lingkungan Fisik Terhadap Minat Beli Ulang Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Cepat Saji. 13.
- Lovelock, C., & Wright, L. 2002. *Principles of Service Marketing and Management*. New Jersey, Upper Saddle River,: Prentice Hall Inc.
- Lukman, A. 2016. *Industri Makanan Dan Minuman Indonesia Butuh Insentif*. Retrieved from Artikel: <http://www.industry.co.id/read/414/adhi-slukman-industri-makanan-dan-minuman-indonesia-butuh-insentif-dancluster-industry>.
- Martiana, R., & Apriani, S. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Cafe Deumdee Rangkasbitung*. *Journal of Management Studies*, Vol. 6 No.2.
- Mufidah, L. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Jukung, Jembrana-Bali.
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. 2019. Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.
- Nurhayati, S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Produk, dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pad Resto Secret Coffee And Chocolate Yogyakarta).
- Parasuraman, A., Berry, L., Zeithaml, & Valarie, A. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (Spring), 12-40.
- Putra, F. F. 2021. Analisis Pengaruh Physical Environment Terhadap Minat Beli Konsumen Di *Cafe Suntime Area Kota Situbondo*.
- Putra, V. S. 2018. Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Perilaku Pembelian Ulang Pelanggan (Pad Pelanggan Restoran Soto Lamongan Cak Har Di Surabaya). *Jurnal Riset Manajerial*, No.2.
- Putri, A. E. 2018. PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Konsumen *Cafe Deduren Singosari*).
- Salsabilah, T., & Sunarti. 2018. Pengaruh food quality, dinning atmosphere, dan kesesuaian harga secara bersama-sama dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54.
- Sari, R. K. 2019. Pengaruh harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6, 107-116.

- Sinambela, R. Y., & Hermani DS, A. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Portobello Cafe Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 231-240.
- Stefen, Y., & Efendi. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik, dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kampoeng Kita. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 10 No. 2.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. V. 2015. *Metode Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukmawati, R. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Volume 7, Nomor 2.
- Tjiptono, F. 2008. *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umamah, B. 2018. The Effect Of Physical Environment, Country of Origin, and Sales Promotion On Repurchase Intention Of Mc Donal's Product.
- Yang, & Peterson. 2016. *Customer Preceived Value,, Satisfaction, and Loyalty*. The Role of Switching Costs.