



Pengaruh Variasi Menu, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Salsa Nabila Nandawidani Politeknik Pariwisata Batam salsanabilanandaa@gmail.com +6285900296151	ISSN: 2808-1307 Vol. 4, No. 3, Desember 2024 http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh
Frangky Silitonga Politeknik Pariwisata Batam frangkyka@gmail.com +6281266329747	

© 2024 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Nandawidani, S. N., & Silitonga, F. (2024). Pengaruh Variasi Menu, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4 (3), 2074-2084.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil akhir dari responden mengenai pengaruh variasi menu, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis data SPSS. Dalam rumusan masalah penelitian ini mencakup pengaruh variasi menu, harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Dengan mengambil hasil dari penyebaran kuisioner yang berjumlah 90 responden maka hasil yang didapat adalah: (1) Variasi Menu berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Lokasi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, (4) Variasi menu, Harga, Dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Dari hasil penelitian ini akan digunakan untuk membantu pengambilan keputusan oleh manajemen Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat di kembangkan oleh peneliti yang akan datang.

Kata Kunci: Variasi Menu, Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

The purpose of this research is to find out the final results from respondents regarding the influence of menu variations, prices and locations on customer satisfaction at Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. The method used in this research is a quantitative approach using SPSS data analysis. In the formulation of this research problem, it includes the influence of menu variations, prices, location and customer satisfaction at Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. By taking the results from distributing the questionnaire to 90 respondents, the results obtained are: (1) Menu variations have an effect on customer satisfaction, (2) Price has no effect on customer satisfaction, (3) Location has no effect on customer satisfaction, (4) Variation menu, price and location simultaneously influence customer satisfaction at Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. The results of this research will be used to assist decision making by the management of Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. It is hoped that the results of this research can be developed by future researchers.

Keywords: Menu Variations, Prices, Location, Customer Satisfaction.

A. Pendahuluan

Kuliner merupakan salah satu sumber terbesar yang di butuhkan pada setiap manusia, karena kuliner sendiri menghasilkan sebuah masakan atau makanan dan minuman yang merupakan sumber energi bagi tubuh manusia. Penjualan makanan dan minuman saat ini adalah suatu bisnis yang berkembang dan menghasilkan sebuah pendapatan. Saat ini dunia kuliner berkembang dengan sangat baik oleh pola pikir masyarakat yang praktis, inovatif, dan kreatif. Dengan pola pikir yang praktis, inovatif, dan kreatif ini lah yang berpengaruh pada masyarakat terutama bagi para pemuda. Dengan semakin populernya bidang kuliner khususnya bidang cafe saat ini. Bisnis ini merupakan salah satu bisnis yang mulai bermunculan dan sangat diapresiasi oleh kalangan anak muda. Bukan hanya anak muda segala usia saja yang menggemari Coffee Shop. Ini merupakan peluang besar bagi pebisnis kuliner. Menurut Atmodjo sendiri dalam (Hartono, 2016) adalah suatu tempat (kedai) yang menyajikan olahan kopi espresso dan makanan ringan. Seiring berkembangnya Coffee Shop ini menawarkan berbagai jenis minuman, dengan atau tanpa kopi, makanan ringan (snack) dan juga makanan berat.

Di masa sekarang ini, Kota Batam sendiri sedang marak ataupun sedang trend dengan tempat Coffee Shop yang menjadi tempat makan dan tempat bersantai bagi seluruh kalangan mulai dari anak muda hingga orang tua. Dengan bentuk konsep dan tema yang berbeda beda pada setiap Coffee Shop yang menjadi daya tarik sendiri bagi para pelanggan khususnya yang mengerti dan menyukai kopi itu sendiri. Dengan berdirinya sebuah Coffee Shop maka terdapat beberapa hal yang mempengaruhi usaha tersebut, diantaranya ialah variasi menu. Dalam (Clara, 2022), Minantyo menyebutkan bahwa dalam menyusun menu, penting untuk memperhatikan variasi makanan. Variasi tersebut mencakup bahan dasar, rasa, warna, tekstur, dan metode pengolahan. Salah satu elemen penting dalam persaingan bisnis kuliner adalah keanekaragaman menu yang ditawarkan oleh rumah makan. Oleh karena itu, Menurut Karya pada (Clara, 2022) menyatakan bahwa perusahaan harus membuat keputusan yang tepat terkait keragaman menu yang ditawarkan. Dengan menyediakan berbagai macam masakan, mulai dari rasa, jenis makanan dan minuman, hingga ketersediaan produk setiap saat, rumah makan dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini juga memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai menu sesuai dengan keinginan mereka.

Dengan adanya variasi menu yang tercipta maka terdapat harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk membeli sebuah hidangan pada Coffee Shop tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong didalam (Yusri, 2020), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut. Adapun menurut ahli lain yaitu Tjiptono dan Chandra pada (Yusri, 2020), jika harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan tidak sebanding dengan manfaat produk, hal ini dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang diterima, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Membahas tentang pengaruh maka

terdapat pula lokasi yang dipilih oleh penulis karena lokasi sendiri memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono didalam (Desrianto; Afridola, 2020), lokasi adalah tempat yang berkaitan dengan berbagai aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk memperlancar dan mempermudah distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Lokasi fisik dari fasilitas bisnis dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan sebuah perusahaan. Menurut pendapat ahli pada penjelasan tersebut dapat penulis simpulkan bahwa pemilihan letak lokasi dari sebuah usaha sangat penting untuk memperlancar dan mempermudah pembeli atau konsumen untuk menemukan dan menjangkau lokasi yang dituju, hal tersebut dapat menjadikan sebuah kesuksesan sebuah perusahaan.

Dengan adanya beberapa pengaruh yang dapat menjadikan nilai bagi suatu perusahaan tersebut maka terdapat kepuasan pelanggan yang berpengaruh pada nilai orientasi suatu perusahaan. Menurut Tjiptono dalam (Silvana, 2020), kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai penilaian setelah melakukan pembelian, di mana persepsi terhadap kinerja produk atau jasa yang dipilih sesuai dengan atau melebihi harapan yang ada sebelum melakukan pembelian. Maka secara singkat dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan ialah sebuah kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh sebuah barang, makanan maupun jasa yang terbaik yang ingin didapatkan dalam sebuah perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Variasi Menu, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam". Dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner. Dengan keterbatasan waktu, keuangan, ketersediaan buku referensi, serta terbatasnya dosen pembimbing, maka batasan masalah yang dapat penulis kumpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh variasi menu terhadap kepuasan pelanggan Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam.
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam.
3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam.
4. Pengaruh variasi menu, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah variasi menu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam?
4. Apakah variasi menu, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam?

Definisi Variasi Menu adalah penggunaan berbagai jenis hidangan atau makanan dengan variasi bahan, cara memasak, dan presentasi yang berbeda-beda dalam sebuah restoran, kafe, atau layanan makanan lainnya. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk memilih dari beragam pilihan yang memenuhi selera dan preferensi mereka. Variasi menu bisa mencakup berbagai macam masakan, seperti makanan lokal, masakan internasional, makanan sehat, vegetarian, atau mungkin bahkan menawarkan opsi vegan atau bebas gluten. Tujuannya adalah untuk memperluas pilihan yang ditawarkan kepada pelanggan, meningkatkan pengalaman makan mereka, dan memenuhi kebutuhan diet dan preferensi makanan yang beragam. Menurut Philip Kotler pada (Sihombing et al., 2022), keberagaman menu (varian menu) merujuk pada ketersediaan berbagai jenis menu yang ditawarkan untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi oleh konsumen dan dihasilkan oleh suatu produsen.

Indikator variasi menu, Menurut Philip Kotler didalam (Artameviah, 2022), indikator variasi menu terbagi menjadi 3, yaitu :

1. Rasa : Respon sensorik terhadap rangsangan saraf seperti rasa manis, pahit, dan asam.
2. Aroma : Bau dari makanan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.
3. Bentuk : Berbagai cara memotong bahan.

Fungsi variasi menu, menurut Kotler pada jurnal (Clara, 2022), beberapa fungsi variasi menu menurut berbagai sumber adalah :

1. Sebagai alat pemasaran yang berhubungan dengan pelayanan makanan untuk memuaskan konsumen.
2. Sebagai alat kontrol dalam manajemen sistem penyelenggaraan makanan, baik dalam

proses produksi maupun distribusi.

3. Sebagai alat penyuluhan atau pendidikan bagi konsumen.
4. Sebagai alat untuk menunjukkan kondisi finansial institusi.
5. Sebagai alat informasi dan komunikasi antara berbagai unsur dalam subsistem penyelenggaraan makanan.
6. Sebagai sarana informasi mengenai harga, teknik pemasakan, dan metode pelayanan dari setiap makanan yang disediakan.
7. Sebagai alat untuk menetapkan bahan-bahan yang akan dibeli, cara pembelian, peralatan, dan jumlah karyawan yang dibutuhkan.
8. Sebagai faktor penentu dalam memilih perlengkapan, tata letak dapur, dan perencanaan fasilitas produksi.
9. Sebagai alat untuk menarik konsumen membeli atau mengkonsumsi makanan atau hidangan yang disajikan.
10. Dengan menyusun menu, variasi penggunaan bahan makanan dan kombinasinya dapat diatur sehingga kebosanan dapat dihindari.

Definisi Harga Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Sciences, 2020), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Berdasarkan pengertian harga dari ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan sesuai dengan jumlah nilai atas jasa, atau nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa.

Definisi Lokasi diartikan sebagai posisi atau tempat spesifik di mana sesuatu berada atau terjadi. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Sari, 2019), salah satu kunci keberhasilan bisnis adalah lokasi. Memilih lokasi yang tepat adalah keputusan yang sangat krusial karena pertama, keputusan ini memiliki dampak jangka panjang yang bersifat permanen. Kedua, lokasi dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa depan. Dari pengertian yang dijelaskan oleh ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi ialah salah satu kunci bisnis karena memiliki dampak jangka panjang dan juga pertumbuhan bisnis di masa yang akan datang.

Indikator lokasi menurut Tjiptono dalam (Aprileny et al., 2020), menjelaskan bahwa indikator lokasi adalah yaitu sebagai berikut :

1. Akses

Akses, seperti lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau oleh sarana transportasi, sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis.

2. Visibilitas

Visibilitas adalah lokasi atau tempat yang dapat terlihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

3. Tempat parkir

Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

4. Lingkungan

Ialah lingkungan sekitar yang mendukung produk atau jasa yang ditawarkan, seperti keberadaan pesaing yang berada di dekatnya.

5. Kompetisi (lokasi pesaing)

Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi, perlu dipertimbangkan apakah ada pesaing lain di jalan atau daerah yang sama.

Definisi Kepuasan Pelanggan, menurut Kotler dan Keller dalam (Armasaid, 2021), kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja atau hasil produk yang diperoleh dengan kinerja atau hasil yang diharapkan. Selain itu menurut Priharto dalam (Armasaid, 2021), kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima dengan apa yang diharapkan. Tak hanya itu menurut Kasmir pada (Armasaid, 2021), kepuasan pelanggan adalah penilaian yang dilakukan pelanggan setelah menggunakan barang atau jasa, yang kemudian dibandingkan dengan harapan atau ekspektasi sebelum penggunaannya. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah aspek terpenting dari kinerja perusahaan. Jika kinerja perusahaan memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan senang. Sebaliknya, jika kinerja perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan merasa kecewa. Kepuasan pelanggan memberikan nilai yang signifikan terhadap perusahaan berdasarkan hasil kerjanya.

Visi Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam

"Menjadi pilihan utama bagi pecinta kopi dan makanan yang mencari minuman unik dan berkualitas tinggi, serta menjadi pusat berkumpul di mana setiap kunjungan menjadi momen yang istimewa".

Misi Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam

1. Memberikan pengalaman kopi yang luar biasa dengan menyajikan beragam variasi kopi terbaik dari Indonesia dan dunia, disertai dengan layanan yang ramah dan penuh perhatian.
2. Menjadi sumber inspirasi dan pengetahuan tentang kopi dengan membuat acara pelatihan dan edukasi bagi penggemar kopi dari berbagai kalangan.
3. Memberikan cita rasa unik dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan membuat setiap hidangan dengan teliti dan penuh cinta.
4. Menginspirasi kreativitas kuliner dengan menggabungkan tradisi lokal dengan inovasi modern, menyajikan menu yang menggugah selera.
5. Menyediakan lingkungan yang nyaman dan bersahabat di mana tamu merasa dihargai dan dihormati, serta memastikan pengalaman makan yang menyenangkan bagi semua orang.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan instrument analisis data spss, untuk mengukur pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Adapun variabel bebas yang dimaksud adalah X1 sebagai variasi menu, X2 sebagai harga, X3 sebagai lokasi, dan variabel terikat adalah Y sebagai kepuasan pelanggan. Data yang di analisis didapatkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuisisioner yang mencakup indikator dari kedua variabel. Semua kuisisioner dituangkan kedalam google form dengan link <https://forms.gle/yYMvbPhNHmb3TypG7>. Sedangkan, teknik pengumpulan data dengan kajian pustaka, data yang dihasilkan berupa hasil penelitian terdahulu dan teori pendukung untuk kedua variabel tersebut. (Silitonga et al., 2024)

Dalam analisis penelitian ini hasil yang diperoleh adalah data frekuensi kuisisioner yang disebar dengan menganalisis variasi menu, harga, dan lokasi apakah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Kuisisioner pada penelitian ini adalah cara untuk mengukur jumlah responden tentang pengaruh variasi menu, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Sampel yang di ambil dengan karakteristik jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, jenis pekerjaan, jumlah penghasilan, frekuensi kunjungan, dan jenis makanan kesukaan terhadap produk Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam yang berjumlah 90 responden.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Deskripsi Responden

Hasil dari deskripsi jenis kelamin pada responden dapat dilihat pada tabel 1, dimana frekuensi jenis kelamin dari responden Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam yang diperoleh dari kuisisioner penelitian yang berjumlah 90 responden. Berdasarkan hasil yang di peroleh dari analisis bahwa jumlah frekuensi jenis kelamin Wanita lebih banyak sebesar 68,9% dengan 62 orang, sedangkan frekuensi pengunjung dengan jenis kelamin Pria lebih sedikit sebesar 31,1% dengan 28 orang.

Tabel 1. Deskripsi Jenis Kelamin

		Tabel Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	28	31.1	31.1	31.1
	Wanita	62	68.9	68.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Nandawidani;2024

Hasil dari deskripsi jumlah usia pada responden dapat dilihat pada tabel 2, dimana frekuensi usia dari Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam yang diperoleh dari kuisisioner penelitian yang berjumlah 90 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis bahwa jumlah frekuensi usia 19 Tahun – 24 Tahun lebih banyak sebesar 64,4% dengan 58 orang, frekuensi

usia diatas 30 Tahun memasuki urutan kedua yaitu sebesar 16,7% dengan 15 orang, frekuensi usia 13 Tahun – 18 Tahun sebesar 12,2% dengan 11 orang, dan yang paling terkecil yaitu frekuensi usia 25 Tahun – 30 Tahun sebesar 6,7% dengan 6 orang.

Tabel 2. Deskripsi Usia

		Tabel Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13 Tahun – 18 Tahun	11	12.2	12.2	12.2
	19 Tahun – 24 Tahun	58	64.4	64.4	76.6
	25 Tahun – 30 Tahun	6	6.7	6.7	83.3
	Diatas 30 Tahun	15	16.7	16.7	100.0
Total		90	100.0		

Sumber: Nandawidani;2024

Hasil dari deskripsi jumlah latar belakang pendidikan pada responden dapat dilihat pada tabel 3, dimana frekuensi latar belakang dari responden Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam yang diperoleh dari kuisioner penelitian yang berjumlah 90 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data analisis bahwa jumlah frekuensi latar belakang Pendidikan SMA Sederajat lebih besar dengan nilai 60% berjumlah 54 orang, Sarjana Sederajat memperoleh kedudukan kedua dengan nilai 22,2% berjumlah 20 orang, Diploma Sederajat menjadi urutan ketiga dengan nilai 15,6% berjumlah 14 orang, dan SMP Sederajat paling rendah dengan nilai 2,2% berjumlah 2 orang.

Tabel 3. Deskripsi Latar Belakang Pendidikan

		Tabel Latar Belakang Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP Sederajat	2	2.2	2.2	2.2
	SMA Sederajat	54	60.0	60.0	62.2
	Diploma Sederajat	14	15.6	15.6	77.8
	Sarjana Sederajat	20	22.2	22.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Nandawidani;2024

Hasil dari deskripsi jenis pekerjaan pada responden dapat dilihat pada tabel 4, dimana frekuensi jenis pekerjaan dari responden Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam yang diperoleh dari kuisioner penelitian yang berjumlah 90 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis bahwa jumlah frekuensi jenis pekerjaan Mahasiswa lebih unggul sebesar 51,1% dengan 46 orang, Karyawan Swasta memiliki urutan yang kedua yaitu sebesar 40% dengan 36 orang, Pelajar dan ASN memiliki kedudukan dan nilai yang sama yaitu sebesar 3,3% dengan masing masing 3 orang, dan yang paling terakhir ialah Pendidik yaitu sebesar 2,2% dengan 2 orang responden.

Tabel 4. Deskripsi Jenis Pekerjaan

		Tabel Jenis Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	3	3.3	3.3	3.3
	Mahasiswa	46	51.1	51.1	54.4
	Karyawan Swasta	36	40.0	40.0	94.4
	Pendidik	2	2.2	2.2	96.7
	ASN	3	3.3	3.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Nandawidani;2024

Hasil dari deskripsi jumlah penghasilan pada responden dapat dilihat pada tabel 5, dimana frekuensi jumlah penghasilan dari responden Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam yang diperoleh dari kuisioner penelitian yang berjumlah 90 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data analisis bahwa hasil frekuensi dari jumlah penghasilan Dibawah UMK lebih banyak sebesar 56,7% dengan 51 orang responden, Jumlah penghasilan Rp.5.000.000 –

Rp.10.000.000 berada di urutan kedua sebesar 37,8% dengan 34 orang, dan yang paling sedikit ialah penghasilan Diatas Rp.10.000.000 sebesar 5,6% dengan 5 orang responden.

Tabel 5. Deskripsi Jumlah Penghasilan

		Tabel Jumlah Penghasilan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dibawah UMK	51	56.7	56.7	56.7
	Rp.5.000.000 - Rp.10.000.000	34	37.8	37.8	94.4
	Diatas Rp.10.000.000	5	5.6	5.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Nandawidani;2024

Hasil dari deskripsi frekuensi kunjungan pada responden dapat dilihat pada tabel 6, dimana frekuensi kunjungan dari responden Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam yang diperoleh dari kuisioner penelitian yang berjumlah 90 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data analisis bahwa hasil dari frekuensi kunjungan sebulan sekali lebih tinggi dengan nilai 61,1% sebanyak 55 orang, kunjungan setiap minggu menjadi urutan yang selanjutnya dengan nilai 21,1% sebanyak 19 orang, dan yang terakhir adalah kunjungan sebulan dua kali dengan nilai 17,8% dengan 16 orang responden.

Tabel 6. Deskripsi Frekuensi Kunjungan

		Tabel Frekuensi Kunjungan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sebulan Sekali	57	63.3	63.3	63.3
	Sebulan Dua Kali	14	15.6	15.6	78.9
	Setiap Minggu	19	21.1	21.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Nandawidani;2024

Hasil dari deskripsi jenis makanan kesukaan pada responden dapat dilihat pada tabel 7, dimana frekuensi jenis makanan kesukaan dari responden Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam yang diperoleh dari kuisioner penelitian yang berjumlah 90 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data analisis bahwa hasil frekuensi dari jumlah makanan kesukaan Indonesian food lebih banyak sebesar 71,1% dengan 64 orang, western food menjadi urutan kedua sebesar 14,4% dengan 13 orang, Japanese food menjadi urutan ketiga sebesar 10% dengan 9 orang, dan diurutan terakhir korean food sebesar 4,4% dengan 4 orang responden.

Tabel 7. Deskripsi Jenis Makanan Kesukaan

		Tabel Makanan Kesukaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Indonesian Food	65	72.2	72.2	72.2
	Western Food	13	14.4	14.4	86.7
	Japanese Food	8	8.9	8.9	95.6
	Korean Food	4	4.4	4.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Nandawidani;2024

2. Uji Validitas dan Realibilitas

Hasil dari uji validitas pada variable variasi menu, harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tabel 8 sampai 11, dimana hasil dari validitas adalah nilai r tabel dibandingkan dengan nilai r hitung, nilai r tabel untuk 90 responden ialah sebesar 0,2072, dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 df &= (N-2) \\
 &= (\text{Jumlah Responden}-2) \\
 &= (90-2) \\
 &= 88 \text{ responden}
 \end{aligned}$$

Nilai r tabel untuk 88 responden ialah 0,2072.

Berikut tabel hasil uji validitas pada variabel variasi menu (X1)

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variasi Menu (X1)

Variabel	R-Hitung		R-Tabel	Hasil
X1.1	0,898	>	0,2072	Valid
X1.2	0,877	>	0,2072	Valid
X1.3	0,895	>	0,2072	Valid
X1.4	0,846	>	0,2072	Valid
X1.5	0,818	>	0,2072	Valid

Sumber: Nandawidani;2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 8 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas untuk variabel variasi menu (X1) adalah valid dengan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel.

Berikut tabel hasil uji validitas pada variabel harga (X2)

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Variabel	R-Hitung		R-Tabel	Hasil
X2.1	0,883	>	0,2072	Valid
X2.2	0,895	>	0,2072	Valid
X2.3	0,834	>	0,2072	Valid
X2.4	0,861	>	0,2072	Valid
X2.5	0,808	>	0,2072	Valid

Sumber: Nandawidani;2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 9 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas untuk variabel harga (X2) adalah valid dengan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel.

Berikut tabel hasil uji validitas pada variable lokasi (X3)

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Lokasi (X3)

Variabel	R-Hitung		R-Tabel	Hasil
X3.1	0,804	>	0,2072	Valid
X3.2	0,842	>	0,2072	Valid
X3.3	0,811	>	0,2072	Valid
X3.4	0,79	>	0,2072	Valid
X3.5	0,818	>	0,2072	Valid

Sumber: Nandawidani;2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 10 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas untuk variabel lokasi (X3) adalah valid dengan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel.

Berikut tabel hasil uji validitas pada variabel kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	R-Hitung		R-Tabel	Hasil
Y1	0,854	>	0,2072	Valid
Y2	0,875	>	0,2072	Valid
Y3	0,867	>	0,2072	Valid
Y4	0,837	>	0,2072	Valid
Y5	0,808	>	0,2072	Valid

Sumber: Nandawidani;2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 11 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah valid dengan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel.

Hasil Uji Realibilitas

Hasil dari uji realibilitas pada variable variasi menu, harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 12, dimana hasil dari cronbarch's alpha dibandingkan dengan nilai alpha 0,6, jika nilai cronbarc's alpha lebih besar dibanding dengan nilai alpha maka hasil nya ialah reliabel. Penguji menggunakan SPSS model 26 untuk menguji hasil dari nilai cronbarch's alpha tersebut.

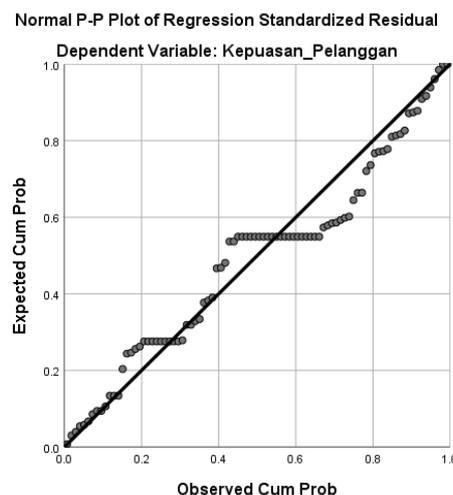
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbarch's Alpha		Nilai Alpha	Hasil
Variasi Menu	0,917	>	0,6	Reliabel
Harga	0,909	>	0,6	Reliabel
Lokasi	0,866	>	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,903	>	0,6	Reliabel

Sumber: Nandawidani;2024

3. Uji Normalitas

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Nandawidani;2024

Berdasarkan hasil pengujian uji normalitas menggunakan sistem SPSS Model 26, dapat dilihat pada tabel uji normalitas menggunakan p-plot diatas maka hasil nya ialah seluruh variabel dinyatakan normal karena hasil garis pada uji tersebut dari titik p-p plot of regression relative mendekati garis diagonal maka dapat disimpulkan hasil residual tersebut dinyatakan normal.

4. Hasil Uji T

Dari hasil analisis uji t dapat dijelaskan bahwa hasil variasi menu nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari error signifikan sebesar 0.050, dapat dikatakan bahwa variasi menu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Dari hasil harga nilai signifikan sebesar 0.089 lebih besar dari error signifikan sebesar 0.050, dapat dikatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Dari hasil lokasi nilai signifikan sebesar 0.063 lebih kecil dari error signifikan sebesar 0.050, dapat dikatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Bila dibandingkan hasil t hitung variasi menu sebesar 4.230 sedangkan t tabel sebesar 1.988, maka variasi menu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Bila dibandingkan hasil t hitung harga sebesar 1.721 sedangkan t tabel sebesar 1.988, maka harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Bila dibandingkan hasil t hitung lokasi sebesar 1.885 sedangkan t tabel sebesar 1.988, maka lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam. Dapat dilihat pada tabel 14 dibawah ini yang diuji oleh penulis menggunakan SPSS Versi 26.

Tabel 14. Hasil Uji T

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.263	1.195		4.403	.000
	Variasi_Menu	.388	.092	.455	4.230	.000
	Harga	.204	.118	.237	1.721	.089
	Lokasi	.191	.101	.209	1.885	.063

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Nandawidani;2024

5. Hasil Uji F

Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 maka ada pengaruh secara simultan antara variabel independent terhadap variabel dependent. Dapat dilihat pada tabel 15 dibawah ini, hasil nilai signifikan sebesar 0.000 yang artinya nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 maka hasil yang dapat disimpulkan adalah variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent. nilai F tabel untuk 90 responden adalah 2.71, nilai yang didapat dari hasil uji f hitung pada tabel 15 sebesar 70.784, maka dapat disimpulkan nilai f tabel lebih kecil dari f hitung maka variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent.

Tabel 15. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	486.805	3	162.268	70.784	.000 ^b
	Residual	197.150	86	2.292		
	Total	683.956	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Variasi_Menu, Harga

Sumber: Nandawidani;2024

D. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa:

1. X1 sebagai variasi menu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam, hal ini telah di analisis dengan nilai t hitung sebesar 4.230 dan dibandingkan dengan t table sebesar 1.988.
2. X2 sebagai harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam, hal ini telah di analisis dengan nilai t hitung sebesar 1.721 dan dibandingkan dengan t table sebesar 1.988.
3. X3 sebagai lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam, hal ini telah di analisis dengan nilai t hitung sebesar 1.885 dan dibandingkan dengan t table sebesar 1.988.
4. Variasi menu, Harga, Dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Kesiangan Coffee X Fat Boy Club Batam, hal ini telah di analisis dengan nilai f sebesar 70.784.

E. Referensi

- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252.
- Armasaid, D. (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Member Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Bab II Metode Penelitian*, 1, 1–9.
- Artameviah, R. (2022). Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere, Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Clara, B. (2022). *Pengaruh Variasi Menu Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Pelanggan Hisana Fried Chicken Medan*.
- Desrianto; Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam Influence of Location and Service To Consumer

- Satisfaction in Coffee Town Bakery in Batam City. *Emba*, 8(1), 2020–2033.
- Hartono, A. (2016). Pengertian kuliner menurut Atmodjo. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Konsumen*, 66, 37–39. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjmxDX0cPzAhX1_XMBHUCgAwgQFnoECAIQAAQ&url=https%3A%2F%2Fadoc.tips%2Fdownload%2Fbab-2-landasan-teori294074b5647acbc51fc2a7055536b95a44523.html&usg=AOvVaw3tQ8UCQ2stW7nrQ
- Sari, T. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Di Asfar Fried Chicken Kudus). *Manajemen Bisnis Syariah*, 11–37. <http://repository.iainkudus.ac.id/3163/>
- Sciences, H. (2020). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen*, 1–23.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>
- Silitonga, F., Cahayani, K., Supriyono, C., & Andesta, I. (2024). METODE PENELITIAN PARIWISATA. In Agung (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (1st ed., Vol. 11, Issue 1). Politeknik Pariwisata Batam. <https://bukupuslib.btp.ac.id/index.php/penerbit-btp/catalog/book/5>
- Silvana, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Pop Di Bandar Lampung. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institute Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung*, 1, 10–17. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65%0Ahttp://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L603546864%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1155/2015/420723%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.