

PENGARUH MENU DIVERSITY DAN CAFE ATMOSPHERE TERHADAP REVISIT INTENTION MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFE MANJO KOPI DI AIRMADIDI

THE EFFECT OF MENU DIVERSITY AND CAFE ATMOSPHERE ON REVISIT INTENTION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT CAFE MANJO KOPI IN AIRMADIDI

Oleh:

Reza S. Sudjarwadi¹

Indrie D. Palandeng²

Arrazi H. Jan³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

[¹rezasudjarwadi062@student.unsrat.ac.id](mailto:rezasudjarwadi062@student.unsrat.ac.id)

[²indriedebbie@unsrat.ac.id](mailto:indriedebbie@unsrat.ac.id)

Reza S. Sudjarwadi [³arrazihasanjan@gmail.com](mailto:arrazihasanjan@gmail.com)

Abstrak: Konsekuensi dari keadaan dunia bisnis saat ini sangatlah banyak, terutama berkisar pada persaingan yang ketat antar entitas ekonomi dalam mengejar keuntungan finansial. Lanskap kompetitif yang lazim ini telah menanamkan kesadaran yang tinggi pada individu akan pentingnya memaksimalkan aset mereka guna meningkatkan kinerja perusahaan dan menumbuhkan keunggulan. Khususnya, industri kuliner akhir-akhir ini mengalami kemajuan yang signifikan, terbukti dengan munculnya beragam variasi bisnis kedai kopi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana keragaman menu dan suasana kafe berdampak pada kemungkinan pelanggan kembali, dengan kepuasan pelanggan sebagai faktor mediasi. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan untuk penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis jalur merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman menu dan suasana kafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, keragaman menu dan suasana kafe mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kemungkinan pelanggan kembali. Selain itu, kepuasan pelanggan ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Café Manjo Kopi dapat terus mempertahankan kualitas keragaman menunya dan suasana café, pastinya dari kedua hal tersebut café ini sudah memiliki daya tarik sehingga banyak pelanggan merasa puas untuk dating berkunjung kembali.

Kata Kunci: Menu Diversity, *Cafe atmosphere*, Revisit Intention, Kepuasan Pelanggan

Abstract: "The contemporary business landscape is characterized by intense competition among economic entities striving for financial gains. This competitive environment has heightened the awareness of the need to optimize assets for enhanced corporate performance. The culinary industry, particularly coffee shops, has seen significant growth. This research investigates the impact of menu diversity and café atmosphere on customer revisit intention, mediated by customer satisfaction. A quantitative approach was utilized, employing questionnaires and interviews with 100 respondents. Path analysis revealed that both menu diversity and café atmosphere positively and significantly influenced customer satisfaction. Furthermore, both factors positively and significantly impacted customers' intention to revisit. Customer satisfaction was also found to have a significant positive influence on revisit intention. Café Manjo Kopi can sustain its competitive advantage by maintaining its diverse menu and pleasant atmosphere, as these elements significantly contribute to customer satisfaction and loyalty."

Keywords: Menu Diversity, *Cafe atmosphere*, Revisit Intention, Customer Satisfaction

Latar Belakang

Industri kedai kopi di Indonesia mengalami ekspansi yang eksponensial, terbukti dengan semakin berkembangnya kafe-kafe yang bermunculan. Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia A. Hartarto (2022) yang sejalan dengan data persentase kontribusi terhadap PDB (produk dosmetik bruto) perkebunan kopi sebesar 16,15%, sehingga dalam 10 tahun terakhir, industri kopi Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan yakni sebesar 250%. Kedai kopi telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat, menarik beragam pelanggan. Dapat dikatakan bahwa gaya hidup mencakup cara individu menghabiskan waktu, minat, dan persepsi diri, yang semuanya dipengaruhi oleh maraknya kedai kopi kreatif dan trendi yang melayani tuntutan masyarakat. Ini juga berpengaruh pada tren konsumsi kopi saat ini mengalami peningkatan yang signifikan sehingga mendorong para peneliti untuk mendalami kebiasaan masyarakat Indonesia. Tim Snapcart melakukan penelitian ekstensif, mengumpulkan data dari 4.538 peserta untuk mengamati tren konsumsi kopi. Temuan ini menunjukkan bahwa pada tahun 2023, 79% penduduk Indonesia menjadi pecinta kopi, dan mayoritas menikmati secangkir kopi setiap harinya. Data tersebut mencakup beragam pelanggan kopi, mulai dari mereka yang lebih menyukai kopi kemasan hingga mereka yang menyukai kopi seduh. Dari data tersebut terlihat bahwa berkembangnya kedai kopi di masyarakat memberikan kontribusi signifikan terhadap lonjakan konsumsi kopi masyarakat Indonesia (*sumber: otten coffee, 2023*).

Dalam ruang bisnis saat ini, terdapat persaingan yang ketat antar pengusaha untuk membuka kafe dengan konsep berbeda. Salah satu tempat terkenal di Minahasa utara adalah Manjo Kopi, yang terletak di Sarongsong Satu, Airmadidi. Kafe ini memiliki beragam menu yang sangat inovatif dan kreatif, seperti salah satu menu yaitu kopi Vietnam drip. Kopi Ini adalah jenis kopi yang sangat populer di Vietnam, dikenal dengan cita rasa yang kuat dan proses penyeduhan yang unik. Menggunakan alat seduh berbentuk kerucut bernama phin, kopi bubuk halus ditekan dan disiram air panas perlahan-lahan. Proses ini menghasilkan tetesan kopi yang pekat dan kaya rasa. Keunikan kopi Vietnam drip terletak pada kombinasi antara rasa robusta yang kuat, proses penyeduhan yang lambat, dan penambahan susu kental manis, menjadikan minuman ini sangat populer di seluruh dunia.

Kafe yang dulunya merupakan rumah tinggal ini kini disulap menjadi tempat nongkrong yang menawan. Dulu lokasinya tidak mencolok, ruang ini telah diubah menjadi kafe minimalis trendi yang menarik banyak pengunjung. Saat masuk, pengunjung akan disambut dengan estetika yang terinspirasi dari desain industrial. Menurut Panjaitain (2021) konsep industrial adalah konsep yang banyak menggunakan warna-warna monokrom yang memberi kesan maskulin, pemakaian materialnya pun tidak sembarangan dan juga banyak menerapkan material daur ulang atau bahan industri seperti besi, kaca serta aluminium yang diolah sedemikian rupa agar bisa dijadikan elemen interior yang menarik. Kafe ini menawarkan suasana yang menyenangkan, berkat banyaknya tanaman hijau yang menyempurnakan sirkulasi udara. Oleh itu, penting bagi kafe untuk merencanakan dengan cermat dan menciptakan suasana yang menarik bagi target pasarnya, yang pada akhirnya akan menarik pelanggan untuk kembali lagi. Tempat-tempat ini menawarkan beragam pilihan menu dan menyediakan berbagai fasilitas bagi pelanggan, seperti WiFi dan musik latar yang diputar melalui speaker. Selain itu, desain interior yang unik, tata ruang yang nyaman, suasana hangat, dan eksterior yang menarik secara visual menjadikannya tempat yang sempurna untuk foto-foto Instagram-worth.

Suasana kafe memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman melalui desainnya. Oleh itu, penting bagi kafe untuk merencanakan dengan cermat dan menciptakan suasana yang menarik bagi target pasarnya, yang pada akhirnya akan menarik pelanggan untuk kembali lagi. Niat untuk berkunjung kembali merupakan indikator perilaku keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan berulang. Kafe menyediakan lingkungan yang cocok untuk relaksasi, peremajaan, dan bersosialisasi dengan orang-orang tercinta. Dampak kafe terhadap perekonomian lokal dalam industri makanan dan minuman sudah diketahui secara luas, karena kafe juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup masyarakat. Salah satu faktor dari niat berkunjung ulang yaitu kepuasan pelanggan. Menurut Ali et al., (2020) Faktor dari variabel mediasi ini terhadap suatu perjalanan dipengaruhi oleh dua hal utama: seberapa sesuai pengalaman yang didapat dengan harapan awal, dan seberapa baik pengalaman yang sebenarnya. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan langsung antara kepuasan pelanggan dan niat untuk berkunjung kembali. Artinya, jika seseorang puas dengan kunjungan pertamanya, kemungkinan besar ia akan kembali lagi (Hasan et al., 2019). Berdasarkan sejumlah penelitian, kepuasan pelanggan secara konsisten dianggap sebagai faktor paling kuat yang memengaruhi keputusan seseorang untuk mengunjungi kembali suatu tempat (Acharya et al., 2023).

Dalam industri kedai kafe, penting untuk melakukan atau pun merencanakan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali, termasuk variasi pilihan menu, suasana kafe dan kepuasan

pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan wawasan tentang bagaimana suasana dan keragaman menu berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Kemungkinan pelanggan mengunjungi kembali suatu kafe sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain suasana dan variasi menu. Berdasarkan temuan ini, penulis penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki lebih dalam pengaruh gabungan dari variabel-variabel tersebut. Oleh karena itu, judul penelitian ini akan fokus pada pengujian dampak kolektif dari variabel-variabel yang diidentifikasi dalam jurnal-jurnal tersebut Pengaruh *Menu diversity* dan *Cafe atmosphere* Terhadap *Revisit intention* melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening Pada cafe Manjo Kopi di Airmadidi

Tujuan Penelitian:

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *menu diversity* terhadap kepuasan pelanggan pada cafe manjo kopi di Airmadidi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *cafe atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada cafe manjo kopi di Airmadidi.
3. Untuk mengetahui pengaruh *menu diversity* terhadap *revisit intention* pada cafe manjo kopi di Airmadidi.
4. Untuk mengetahui pengaruh *cafe atmosphere* terhadap *revisit intention* pada cafe manjo kopi di Airmadidi.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *revisit intention* pada cafe manjo kopi di Airmadidi.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), konsep pemasaran mencakup berbagai aspek seperti pengembangan, sosialisasi, periklanan, dan penetapan harga produk, layanan, dan konsep. Tujuannya adalah untuk memupuk transaksi yang saling menguntungkan dengan pelanggan dan menjalin hubungan baik dengan pemangku kepentingan di tengah lanskap yang dinamis

Perilaku Pelanggan

Perilaku pelanggan sebagaimana didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2018: 158) berkaitan dengan perilaku pembelian individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Dengan kata lain, perilaku pelanggan terlihat jelas dalam pembelian yang dilakukan oleh masing-masing pelanggan untuk keperluan pribadinya.

Menu Diversity

Penelitian yang dilakukan Riftian & Sugiyono (2019), *menu diversity* (keberagaman menu) merupakan hasil dari tersedianya berbagai macam barang dalam jumlah dan jenis yang bervariasi, sehingga memberikan banyak pilihan kepada pelanggan dalam berbelanja. menurut Ariningtyas dan Rachmawati (2020): variasi menu mencakup beragam pilihan makanan dan minuman yang tersedia. tingkat kekhasan dan orisinalitas hidangan yang disajikan pada menu menentukan inovasi menu. cita rasa suatu menu ditentukan oleh seberapa sesuai dengan preferensi dan selera target pasar. besar kecilnya dan jumlah makanan yang disediakan dalam setiap porsi disebut porsi.

Café Atmosphere

Café Atmosphere menciptakan suasana kafe yang menarik melalui penataan elemen seperti pencahayaan, warna, musik, dan aroma, semuanya dirancang untuk membangkitkan emosi positif dan mendorong pembelian pelanggan (Riskawati, 2020). dalam penelitian yang dilakukan (Nickofwan, 2023), teridentifikasi tujuh indikator suasana kafe yaitu kebersihan, musik, harum ruangan, suhu ruangan, pencahayaan, warna, dan pajangan/tata ruang

Revisit Intention

Menurut Antón et al., (2018) Minat berkunjung kembali atau *revisit intention* diambil dari *repurchase intention* yang terdapat dalam beberapa perilaku *post purchase behavior* atau perilaku pasca-pembelian. Penelitian yang dilakukan A. D. Putri (2022), ada empat indikator yang dapat digunakan untuk menentukan niat berkunjung kembali yaitu, *willingness to visit again*, *willingness to invite*, *willingness to positive tell*, dan *willingness to place the visiting destination in priority*

Kepuasan Pelanggan

Menilai tingkat kesenangan yang dialami pelanggan ketika mengkonsumsi suatu produk atau jasa dikenal dengan istilah kepuasan pelanggan. Penilaian ini didasarkan pada kesenangan antara apa yang diantisipasi pelanggan dan kinerja sebenarnya memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan. Lebih jauh lagi, efektivitas produk dan layanan dalam meningkatkan kepuasan dan mencegah ketidakpuasan di kalangan pelanggan merupakan faktor penentu utama kepuasan pelanggan (Dhisasmito dan Kumar, 2020). Terdapat beberapa indikator dalam kepuasan pelanggan yaitu, produk sesuai dengan harapan, pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, suasana tempat yang menyenangkan, memuaskan kebutuhan pelanggan dan memenuhi harapan pasca pembelian sangat penting dalam memastikan pemenuhan pelanggan, dan mereferensikan objek berdasarkan pengalaman yang dimilikinya

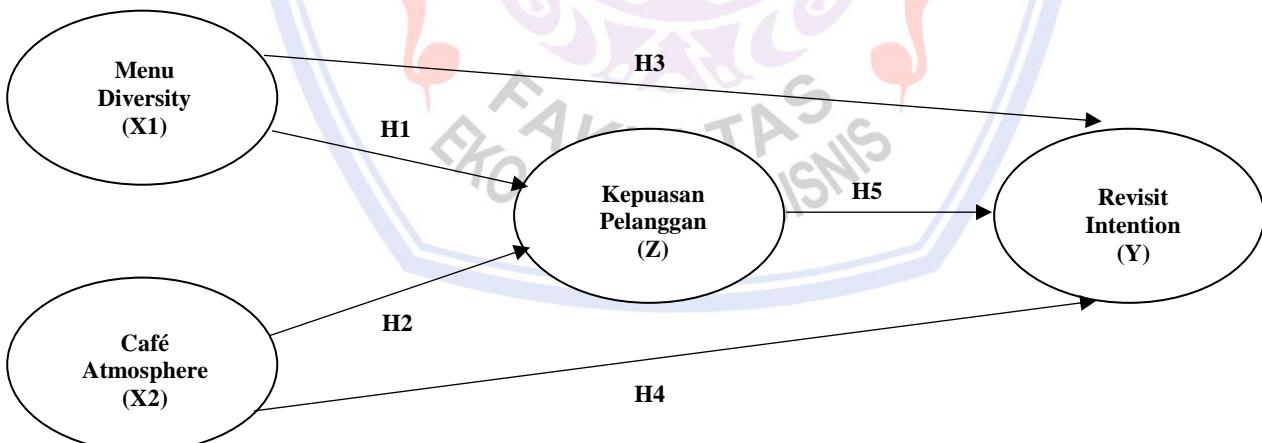
Penelitian terdahulu

Penelitian A. D. Putri (2022) Tujuan ini adalah untuk mengetahui dampak lingkungan toko terhadap niat pelanggan untuk berkunjung kembali, dengan kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator. Secara khusus penelitian ini berfokus pada kedai kopi Pijar. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap niat pelanggan untuk berkunjung kembali, dengan kepuasan pelanggan berperan sebagai faktor mediasi.

Penelitian dari A. F. Mujahidin (2022) mengungkapkan bahwa Para wirausaha di dunia yang sudah mengglobal saat ini terus berupaya untuk memajukan usahanya, Industri kedai kopi mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Penelitian ini berfokus pada individu yang mengunjungi Café Sabin Trawas Mojokerto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman menu, suasana kafe, dan *word of mouth* berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian, baik secara individu maupun kolektif.

Penelitian dari M. J. Alesandro (2024) tujuan ini menentukan kemungkinan pelanggan kembali, ada beberapa faktor yang berperan, seperti kualitas kopi dan makanan, variasi produk yang ditawarkan, dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. dalam studi khusus ini, kepuasan pelanggan berfungsi sebagai penghubung penting antara faktor-faktor ini dan niat untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen di CW Coffee, yang pada akhirnya dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan kepada pelanggan.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Teori (2024)

Hipotesis Penelitian

H₁: *Menu diversity* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H₂: *Café atmosphere* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H₃: *Menu diversity* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*

H₄: *Café atmosphere* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*

H₅: Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*

Pendekatan Penelitian

Penulis menggunakan penelitian kuantitatif, pendekatan ini merupakan suatu penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik. Data-data ini kemudian diolah secara statistik untuk menemukan pola, hubungan, atau tren tertentu. Singkatnya, penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur dan memberikan penjelasan yang objektif tentang suatu fenomena.

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah pelanggan yang melakukan transaksi di kedai Manjo Kopi yang berlokasi di Airmadidi. Berdasarkan data yang ada, jumlah pelanggan kedai Manjo Kopi di Airmadidi pada tahun 2023 yaitu sebanyak 10.560 orang berkunjung. Untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus slovin yang telah dihitung, yaitu sebesar 100. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling untuk memilih sampel yang sesuai dengan tujuan atau masalah penelitian

Data dan Sumber Data

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penelitian lapangan langsung. Penelitian ini berfokus pada pengumpulan data primer dan mencakup teknik-teknik yaitu, pengamatan langsung (observasi), wawancara dan kuisioner. Data primer yang dimanfaatkan sumber data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Manjo Kopi di Airmadidi

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Pilihan teknik yang tepat sangat penting untuk menghasilkan data yang akurat, valid, dan dapat diandalkan. Dengan melakukan wawancara dan juga penyebaran kuisioner kepada para pelanggan membuat data yang diambil menjadi fenomena dan hasil dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r	Signifikansi	Keterangan
X1	X1.1.	0,719	0,000	Valid
	X1.2	0,537	0,000	Valid
	X1.3	0,695	0,000	Valid
	X1.4	0,691	0,000	Valid
X2	X2.1	0,593	0,000	Valid
	X2.2	0,561	0,000	Valid
	X2.3	0,537	0,000	Valid
	X2.4	0,661	0,000	Valid
	X2.5	0,698	0,000	Valid
	X2.6	0,602	0,000	Valid
	X2.7	0,715	0,000	Valid
Y	Y1	0,684	0,000	Valid
	Y2	0,640	0,000	Valid
	Y3	0,729	0,000	Valid
	Y4	0,652	0,000	Valid
Z	Z1	0,628	0,000	Valid
	Z2	0,658	0,000	Valid
	Z3	0,751	0,000	Valid
	Z4	0,672	0,000	Valid
	Z5	0,606	0,000	Valid

Sumber: hasil olah data, 2024

Analisis validitas menunjukkan bahwa seluruh item dalam instrumen penelitian memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05, memenuhi kriteria validitas. Dengan demikian, semua item dapat diandalkan sebagai alat pengukur dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
Menu Diversity (X1)	0.685	Reliabel
Café Atmosphere (X2)	0.731	Reliabel
Revisit Intention (Y)	0.607	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.680	Reliabel

Sumber: hasil olah data, 2024

Analisis reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item dalam instrumen penelitian memiliki nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,6, memenuhi kriteria reliabilitas. Dengan demikian, semua item dapat diandalkan sebagai alat pengukur dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

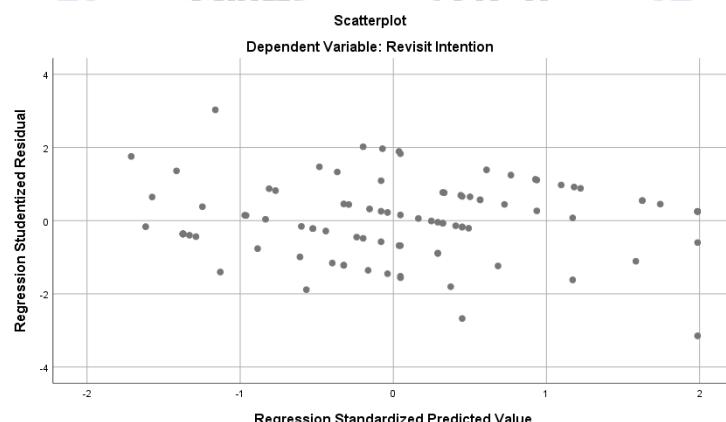
Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}		
Mean		.0000000
Std. Deviation		1.18848310
Most Extreme Differences		
Absolute		.088
Positive		.045
Negative		-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.402 ^d
99% Confidence Interval		
Lower Bound		.389
Upper Bound		.414

Sumber: hasil olah data, 2024

Berdasarkan Tabel 3, Hasil uji normalitas memiliki nilai 0.054 yang berarti signifikan karena nilai >0.05 maka data penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Sumber: hasil olah data (2024)

Tidak adanya gejala heteroskedastisitas terlihat pada hasil pengujian pada Gambar 2, titik-titiknya tersebar secara acak tanpa ada pola yang terlihat.

Uji Multikolinearitas**Tabel 4. Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Menu Diversity	.632	1.582	Non-multikolinearitas
Café Atmosphere	.598	1.673	Non-multikolinearitas
Revisit Intention	.600	1.668	Non-multikolinearitas
Kepuasan Pelanggan	.501	1.995	Non-multikolinearitas

Sumber: hasil olah data, 2024

Berdasarkan informasi yang disajikan pada tabel 4, dapat disimpulkan bahwa model regresi berhasil mengidentifikasi tidak adanya multikolinearitas, karena nilai VIF (Variance Inflating Factor) yang ditemukan kurang dari 5.

Analisis Jalur**Pengujian Sub Struktur 1: *Menu diversity*(X1), *Café Atmosphere* (X2) terhadap *Kepuasan Pelanggan* (Z)**

Berdasarkan hasil analisis regresi pada sub struktur I pada bagian Koefisien, terlihat bahwa Keanekaragaman Menu (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Z), yang ditunjukkan dengan nilai Standardized Coefisien Beta $X1 = 0.269$, nilai signifikansi 0,002 dan perbandingan $t \text{ hitung} = 3.156 > t \text{ tabel } 1.97591$. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan Keberagaman Menu (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) dapat diterima dengan yakin.

Setelah meninjau analisis regresi untuk substruktur 1, khususnya bagian Koefisien, menjadi jelas bahwa Suasana Kafe (X2) memiliki dampak positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Dengan nilai standardized coefficients beta $X2 = 0.524$, nilai signifikansi 0.000 dan perbandingan $t \text{ hitung} = 6.137 > t \text{ tabel } 1.97591$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Suasana Kafe (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) dapat diterima dengan yakin.

Model Summary Sub-Struktur 1**Tabel 5. Model Summary Sub-Struktur 1**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.499	.488	1.324

Sumber: hasil olah data, 2024

Besarnya nilai Adjusted R square yang terdapat pada tabel model summary adalah sebesar 0.488, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X1 dan X2 terhadap Z adalah sebesar 48.8% sementara sisanya 51.2% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian dan nilai el dapat di cari dengan rumus

$$e_1 = \sqrt{1 - 0.488} = 0.715$$

Pengujian Sub-Struktur 2: *Menu diversity*(X1), *Café Atmosphere* (X2), *Kepuasan Pelanggan* (Z) terhadap *Revisit intention* (Y)

Setelah meninjau hasil analisis regresi untuk sub-struktur 2, khususnya bagian Koefisien, terlihat bahwa Keanekaragaman Menu (X1) memiliki dampak positif dan signifikan secara statistik terhadap Niat Berkunjung Kembali (Y). Hal ini terlihat dari nilai Standardized Coefisien Beta $X1 = 0.422$, nilai signifikansi 0,000 dan perbandingan $t \text{ hitung} = 4.647 > t \text{ tabel } 1.97591$. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Keberagaman Menu (X1) memang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention* (Y) dapat diterima.

Output regresi sub struktur 2 pada bagian Koefisien tabel menunjukkan bahwa pengaruh Café Atmosphere (X2) terhadap *Revisit intention* (Y) adalah positif dan signifikan, dengan nilai koefisien standardized beta $X2 = 0.592$, nilai signifikansi-0,000 dan perbandingan $t \text{ hitung} = 5.909 > t \text{ tabel } 1.97591$.seperti yang disajikan pada Tabel di atas, menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Café Atmosphere (X2) terhadap *Revisit intention* (Y) dapat diterima.

Output regresi untuk substruktur 2 memberikan rincian sebagai berikut. Pada bagian Koefisien, diketahui bahwa pengaruh Kepuasan Pelanggan 77 (Z) terhadap Niat Berkunjung Kembali (Y) adalah positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien standardized beta $Z = 0.388$, milai signifikansi 0.000 dan perbandingan t

hitung = 3.916 < 1 tabel 1.98761. Oleh karena itu kami menerima hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Niat Berkunjung Kembali (Y) dapat diterima

Model Summary Sub-Struktur 2

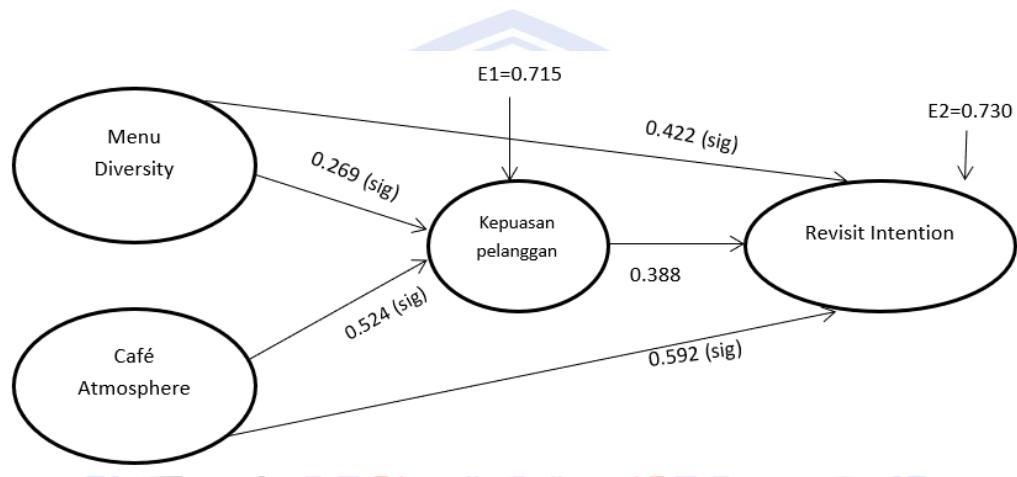
Tabel 6. Model Summary Sub-Struktur 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.483	.467	1.122

Sumber: hasil olah data, 2024

Nilai Adjusted R square seperti yang ditunjukkan pada tabel ringkasan model adalah 0,467 yang menandakan dampak X1 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X1, X2, Z terhadap Y adalah sebesar 46.7% sementara sisanya 53.3% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian dan nilai e2 dapat di cari dengan rumus

$$e_2 = \sqrt{1 - 0.467} = 0.730$$



Gambar 3. Model Akhir Hail Analisis Jalur

Sumber: hasil olah data (2024)

Pengaruh Langsung (Direct Effect):

Pengaruh langsung *Menu diversity*(X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) = 0.269, Pengaruh langsung *Café Atmosphere* (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) = 0.524, Pengaruh langsung *Menu diversity*(X1) terhadap *Revisit intention* (Y) = 0.422, Pengaruh Langsung *Café Atmosphere* (X2) terhadap *Revisit Intention* (Y) = 0.592, dan Pengaruh langsung *Revisit Intention* (Y) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) = 0.388.

Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect):

Pengaruh tidak langsung Keanekaragaman Menu (X1) terhadap *Revisit intention* (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) sebesar $0.269 \times 0.388 = 0,104$, dan Pengaruh tidak langsung Suasana Kafe (X2) terhadap *Revisit intention* (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) adalah $0.524 \times 0.388 = 0,203$.

Pengaruh Total (Total Direct):

Pengaruh total *Menu diversity*(X1) terhadap *Revisit intention* (Y) = $0.422 + 0.104 = 0.526$, dan Pengaruh total *Café Atmosphere* (X2) terhadap *Revisit intention* (Y) = $0.592 + 0.203 = 0.795$.

Pembahasan

Pengaruh *Menu diversity* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Keanekaragaman Menu (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Hasil yang didapatkan di lapangan juga, pelanggan merasa keragaman menu pada café manjo kopi memiliki inovasi dan variatif, sehingga banyak pelanggan merasa puas akan adanya menu yang dihadirkan dan pilihan menu yang beragam dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan lebih banyak pilihan dan memenuhi preferensi yang berbeda. Dari segi porsinya menu yang ada di café manjo kopi terbilang banyak juga porsi yang sesuai dengan harga dan mengenyangkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menu yang terus diperbarui dapat menarik minat pelanggan dan memberikan pengalaman baru, sehingga meningkatkan kepuasan. Kesesuaian rasa dan jenis masakan dengan preferensi pelanggan merupakan

faktor penting dalam kepuasan Hasil penelitian menurut A. A. Mahe *et al* (2023) mengatakan Keragaman Menu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Jadi dapat di simpulkan bahwa jika *Menu diversity* yang diberikan baik maka dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Café Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan

Café Atmospheric (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Hasil penelitian di lapangan juga, para pelanggan terkesan dengan design tempat dari café manjo kopi dimulai dari bentuk bangunan yang terlihat industrial dengan tampilan yang sangat menarik, mem membuat para pelanggan merasa nyaman dan terlihat betah untuk berdiam lebih lama di café tersebut. Dari segi kebersihan Kafe Manjo Kopi bersih dan terawat sehingga membuat pelanggan merasa nyaman dan aman. Pemilihan musik yang ada di café tersebut sangat tepat sehingga menciptakan suasana yang menyenangkan dan meningkatkan kenikmatan pelanggan. Aroma yang ada sangat segar dan menyenangkan membuat kesan positif dan meningkatkan mood pelanggan. Penelitian yang dilakukan menurut Adnan (2019) Berdasarkan bukti yang ada, kita dapat menyimpulkan bahwa suasana kafe memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jadi dapat di simpulkan bahwa jika Café Atmosphere yang dibangun baik maka dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh *Menu diversity* Terhadap *Revisit intention*

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan menu yang beragam berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention*. Dapat disimpulkan dari hasil penelitian langsung di café tersebut Pilihan menu yang beragam dapat meningkatkan *revisit intention* dengan memberikan lebih banyak ulasan bagi pelanggan untuk kembali dan mencoba hidangan yang berbeda. Lalu menu yang terus diperbarui dapat menarik minat pelanggan dan memberikan pengalaman baru, sehingga meningkatkan *revisit intention*. Dapat disimpulkan dari hasil penelitian langsung di café tersebut Pilihan menu yang beragam dapat meningkatkan *revisit intention* dengan memberikan lebih banyak ulasan bagi pelanggan untuk kembali dan mencoba hidangan yang berbeda. Lalu menu yang terus diperbarui dapat menarik minat pelanggan dan memberikan pengalaman baru, sehingga meningkatkan *revisit intention*. Dari kesesuaian rasa dan jenis masakan dengan preferensi pelanggan merupakan faktor penting dalam *revisit intention*. Penelitian menurut Aniza (2023) mengatakan juga bahwa *menu diversity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Jadi dapat di simpulkan bahwa jika *Menu diversity* yang diberikan baik maka dapat meningkatkan *Revisit intention*.

Pengaruh Café Atmosphere Terhadap *Revisit intention*.

Pengaruh tersebut terlihat melalui adanya hubungan yang signifikan dan positif antara Café Atmospheric (X2) dengan Revisit Intention (Y). Suasana café perlu diperhatikan dalam membuka suatu usaha, dengan meningkatkan kualitas dari café tersebut para pelanggan akan sering berkunjung, hal ini dapat kita lihat dari pelanggan yang berkunjung café manjo kopi dari bentuk bangunannya yang memikat membuat suatu keunggulan untuk café tersebut. Dari penelitian dilakukan oleh Mais (2024) bahwa café atmosphere berpengaruh signifikan terhadap *Revisit intention*. Jadi dapat di simpulkan bahwa jika Café Atmosphere yang dibangun baik maka dapat meningkatkan *Revisit intention*.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap *Revisit intention*

Temuan penelitian menegaskan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Salah satu faktor kepuasan pelanggan dapat dilihat ketika pelanggan memiliki niat untuk berkunjung kembali, hal tersebut dapat terwujud apabila pelanggan atau pelanggan merasa puas atas pelayanan dan pengalaman baik yang didapatkan. Dapat disimpulkan hasil penelitian para pelanggan terhadap kafe manjo kopi bahwa pelanggan yang puas dengan produk, pelayanan, dan suasana tempat makan lebih cenderung untuk kembali dan mengunjungi tempat makan tersebut lagi. Lalu pelanggan yang puas juga lebih cenderung untuk merekomendasikan tempat makan tersebut kepada orang lain, sehingga meningkatkan revisit intention. Hasil penelitian dari Khotimah (2022) ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Kepuasan Pengunjung terhadap *Revisit intention*. Dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan yang dinilai orang maka dapat meningkatkan *Revisit intention*.

Pengaruh Total *Menu diversity* Terhadap *Revisit intention*

Pengaruh langsung *Menu diversity*(X1) terhadap *Revisit intention* (Y)= 0.422 Pengaruh tidak langsung *Menu diversity*(X1) 86 terhadap *Revisit intention* (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) sebesar $0.269 \times 0.388 = 0,104$, Pengaruh total *Menu diversity*(X1) terhadap *Revisit intention* (Y) = $0.422 + 0.104 = 0.526$ Berdasarkan

hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,422 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,104 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap variabel Y, dan Pengaruh tidak langsung X1 terhadap Y melalui variabel mediasi Z lebih kecil daripada pengaruh langsungnya, tetapi tetap signifikan secara statistic.

Pengaruh Total Café Atmosphere Terhadap *Revisit intention*

Pengaruh Langsung Café Atmosphere (X2) terhadap Revisit Intention (Y) = 0.592 pengaruh tidak langsung Suasana Kafe (X2) terhadap *Revisit intention* (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) adalah $0.524 \times 0.388 = 0,203$ Pengaruh total Café Atmosphere (X2) terhadap *Revisit intention* (Y) = $0.592 + 0.203 = 0.795$ Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,592 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,203 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel X2 memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap variabel Y, dan Pengaruh tidak langsung X2 terhadap Y melalui variabel mediasi Z lebih kecil daripada pengaruh langsungnya, tetapi tetap signifikan secara statistik.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *menu diversity* berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain, jika *menu diversity* semakin baik maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.
2. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *café atmosphere* berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya jika *café atmosphere* semakin baik maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat.
3. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *menu diversity* berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap *Revisit intention*. Dengan kata lain, jika *menu diversity* semakin baik maka *Revisit intention* akan meningkat.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *café atmosphere* berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap *Revisit intention*. Dengan kata lain, jika *café atmosphere* semakin baik maka *Revisit intention* akan meningkat.
5. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap *Revisit intention*. Artinya jika Kepuasan Pelanggan semakin baik maka *Revisit intention* akan meningkat.

Saran

1. Café Manjo Kopi dapat terus mempertahankan kualitas keragaman menu dan suasana café, pastinya dari kedua hal tersebut café ini sudah memiliki daya tarik sehingga banyak pelanggan merasa puas untuk datang berkunjung kembali,
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggali sumber dan referensi terkait kafe secara mendalam, mempersiapkan pengumpulan dan kompilasi data secara matang, serta menerapkan metode wawancara yang dapat diandalkan dari sumber yang kompeten.
3. Saran bagi penulis, agar jika nanti diberikan kesempatan kembali untuk membuat suatu karya ilmiah, agar lebih memperbanyak informasi juga datadata yang diperlukan serta lebih banyak belajar dari buku ataupun jurnal-jurnal terdahulu yang sudah ada agar wawasan semakin luas dan juga pastinya mempermudah proses penyusunan karya ilmiah

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Mahe, B. Suwarsono, U. Nadhiro (2023). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bebek H. Slamet Kota Kediri. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-commerce*. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital/article/view/672>
- A. D. Putri (2022). Pengaruh Store Atmosphere terhadap *Revisit intention* melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Coffee Shop Pijar: Studi pada Coffee Shop Pijar di Tembalang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/36949/0>

A. F. Mujahidin (2022). Pengaruh *Menu Diversity*, *Cafe atmosphere*, dan *Worth of Mouth* terhadap Purchasing Decision. *Jurnal: ilmu sosial, manajemen dan akuntansi* <https://melatijournal.com/index.php/jisma/article/view/47>

Acharya, S., Mekker, M., & De Vos, J. (2023). Linking travel behavior and tourism literature: Investigating the impacts of travel satisfaction on destination satisfaction and revisit intention. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2022.100745>

Adnan, A. (2021). Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupi Café di Kota Lhokseumawe). *Jurnal VISIONER AND STRATEGIS*. <https://ojs.unimal.ac.id/visi/article/view/4842>

Ali, M., Puah, C. H., Ayob, N., & Raza, S. A. (2020). Factors influencing tourist's satisfaction, loyalty and word of mouth in selection of local foods in Pakistan. *British Food Journal*. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2018-0728>

Aniza. (2023). Pengaruh *Cafe atmosphere* dan Variasi Menu Terhadap *Revisit intention* Pada Pelanggan Hidden Place Medan. *SKRIPSI Medan: Universitas Medan Area*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/20005>

Antón, C., Camarero, C., & Laguna-García, M. (2018). Experience Value or Satiety? The Effects of the Amount and Variety of Tourists' Activities on Perceived Experience. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287517727366>

Ariningtyas, E dan Rachmawati K, I,A,K. (2020). Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wedangan Jimboeng. *Journal Adi Unggul Bhirawa*. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent/article/view/670>

Dhisasmito, P, P dan Kumar, S. (2020). Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia). *Journal British Food*. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0763>

Hasan, M. K., Abdullah, S. K., Lew, T. Y., & Islam, M. F. (2019). The antecedents of tourist attitudes to revisit and revisit intentions for coastal tourism. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-11-2018-0151>

K. Khotimah (2022). Pengaruh Aksesibilitas dan Physical Evidence Terhadap *Revisit intention* dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Akuntansi (JIMMBA)* <https://jurnal.universitasputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/148>

Kotler, dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit: Salemba Empat. Jakarta

M. J. Alesandro (2024). The influence of *cafe atmosphere*, food quality and product variety on *revisit intention* with customer satisfaction as a mediation variable. *Jurnal of management science (JMAs)*. <https://exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS/article/view/382>

Mais, M. (2024). Pengaruh *Lifestyle*, *Cafe atmosphere*, Dan *Customer Experience* Terhadap *Revisit intention* Kalangan Anak Muda Pada De Kersen Cafe Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. <https://ejurnal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/53674>

Nickofwan, A, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Atmosfer Café Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nabs Café Pacet – Mojokerto. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati/article/view/133>

Riftian, N. M., & Sugiyono, S. (2021). analisa pengaruh keragaman menu, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pelanggan usaha kuliner manalagi tropodo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3920>

Riskawati, M. (2020). Pengaruh Café atmosphere dan Kesesuaian Rasa Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ga Café Lumajang. <http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1791>

S. W. Panjaitan. (2021). Perancangan Desain Interior Kafe Dengan Konsep Industrial. https://www.researchgate.net/publication/354733289_perancangan_desain_interior_kafe_dengan_konsep_industrial

Tjiptono Fandy, Anastasia Diana. (2020). *Pemasaran*. Penerbit: Andi Yogyakarta

