

Pengaruh Servicescape dan Menu Diversity Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan

Mita Septi Yuana Putri¹, Miftahul Huda²

^{1,2}Universitas Yudharta Pasuruan

mithaseptia16@gmail.com¹, miftahulhuda@yudharta.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine and measure the influence of Servicescape and Menu Diversity on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Prigen District. This study is a quantitative study with a sample of 116 respondents using purposive sampling techniques with SPSS 22 analysis tools. The results of the study indicate that Servicescape has a significant effect on Customer Satisfaction, Menu Diversity has a significant effect on Customer Satisfaction, Servicescape has a significant effect on Customer Loyalty, Menu Diversity has a significant effect on Customer Loyalty, Servicescape through Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty, Menu Diversity through Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty.

Keywords : Servicescape, Menu Diversity, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh Servicescape dan Menu Diversity terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Kecamatan Prigen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 116 responden menggunakan teknik *purposive sampling* dengan alat analisis spss 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Servicescape berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Menu Diversity berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Servicescape berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Menu Diversity berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Servicescape melalui Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan Loyalitas Pelanggan, Menu Diversity melalui Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci : Servicescape, Menu Diversity, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

PENDAHULUAN

Maraknya perkembangan bisnis cafe sekarang ini, semakin mencerminkan lingkungan bisnis yang kompetitif. Keberhasilan kompetisi ini sangat ditentukan oleh antisipasi pasar dan respons cepat terhadap perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen. Produsen harus lebih inovatif dan kreatif dalam memanjakan pelanggan melalui penjualan barang dan jasa dengan memberikan layanan dan fasilitas yang semakin baik. Cafe dapat menciptakan identitas yang kuat dan membedakan dirinya dari pesaing sehingga menarik dan mempertahankan pelanggan setia. Persaingan bisnis yang ketat, menuntut setiap usaha harus memperhatikan kebutuhan pelanggan. Kebutuhan pelanggan dapat menentukan prospek bisnis.

Bisnis café di Indonesia saat ini khususnya dikota-kota besar semakin berkembang dengan pesat. Banyak wirausahawan baru mendirikan cafe dengan berbagai ide untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan. Menurut laman statista, pada tahun 2022 cafe dan bar di Indonesia mencapai nilai penjualan sekitar 1,9 miliar dolar AS, atau sekitar Rp 30,2 triliun. Pada 2026, pasar ini diperkirakan masih akan meningkat menjadi 3,8 miliar

dolar AS, Data tersebut saya peroleh dari website.

Fenomena berkembang pesatnya bisnis café di Indonesia saat ini semakin menyebar dengan berbagai konsep yang unik dan berbeda. Ketika banyak café baru yang bermunculan, ini mengakibatkan tingginya tingkat persaingan. Konsumen saat ini lebih selektif dalam memilih café, mereka memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih café yang akan dikunjungi. Café saat ini tidak hanya sekedar menyediakan makanan dan minuman saja, tetapi mereka juga menyediakan tempat bermain atau play around coffe, Live musik, lain-lain. Fenomena menjamurnya café di Indonesia yang cukup pesat ini juga terjadi di Kabupaten pasuruan khususnya di daerah Prigen. Dengan adanya persaingan yang ketat antar café merupakan tantangan tersendiri bagi para pelaku bisnis di Kecamatan Prigen untuk terus berinovasi.

Salah satu strategi penting yang digunakan dalam pengelolaan café yaitu dengan memperhatikan aspek servicescape yang bertujuan untuk memperoleh reputasi positif, dan mempertahankan konsumsi pelanggan. Selain memberikan lingkungan fisik yang mendukung, café juga memiliki salah satu komponen penting dalam persaingan bisnis makan dan minuman, seperti menu diversity atau keragaman menu yang ditawarkannya. Café yang memiliki keragaman menu yang luas dapat dikatakan memiliki beragam ketersediaan produk yang dapat menimbulkan banyak pilihan dalam proses tindakan pembelian konsumen. Maka semakin beragam menu atau produk yang disediakan karena itu konsumen merasa puas.

Kepuasan konsumen merupakan ukuran utama dari standar fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Servicescape dan Menu Diversity merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan pelanggan dan berdampak pada Loyalitas Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Adapun dalam hal ini, penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dengan pendekatan *eksplanatory research*. Pemilihan populasi dipilih berdasarkan pelanggan yang pernah berkunjung pada café di Kecamatan Prigen dengan sampel sebanyak 116 responden menggunakan Teknik purpose sampling.

Dalam penelitian ini pengumpulan data melalui observasi dan membagikan kuisioner yang disebar secara offline menggunakan Skala Likert dengan skor 1-5 yakni sebagai berikut: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), Sangat Setuju (5) (Sugiyono, 2016). Jenis analisis yang dipergunakan didalam penelitian ini adalah *path analysis* menggunakan alat bantuan *software* IBM SPSS 22.

A. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji validitas ialah bentuk pengukuran yang dipergunakan untuk mengukur sah atau kevalidan suatu item survey kuisioner.

2. Uji Reabilitas

Apabila jawaban dari per item survey sudah konsisten maka data sudah dinyatakan reliable.

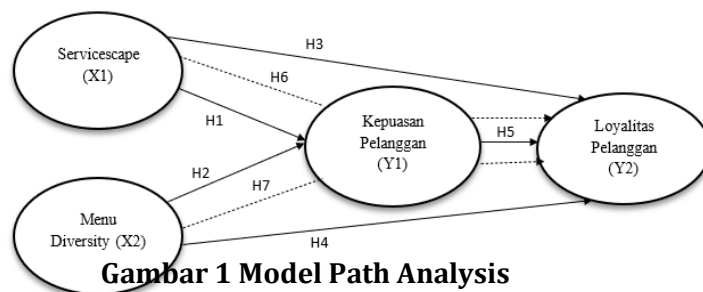
B. Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik menurut (Ghozali, 2018) terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, yakni:

1. Uji Normalitas dilakukan untuk menganalisis variabel independen dan dependen dalam model regresi sudah berdistribusi normal atau tidak.
2. Uji Multikolinieritas untuk mengukur korelasi antar variabel independen yang ada.
3. Uji Heteroskedastisitas guna menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.

C. Path Analysis

Analysis jalur atau *Path Analysis* menurut (Irfan Abdurrahman Mubaroq, 2013) adalah suatu model yang digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel baik serentak maupun sendiri-sendiri. Model analisis yang digunakan yaitu sebagai berikut:



Gambar 1 Model Path Analysis

Adapun bentuk struktural dalam penelitian ini yaitu:

$$Y1 = \beta_{Y1X1}X1 + \beta_{Y1X2}X2 + e1$$

$$Y2 = \beta_{Y2X1}X1 + \beta_{Y2X2}X2 + \beta_{Y2Y1}Y1 + e2$$

D. Uji Hipotesis

Uji parsial T ialah menguji dari sudut pandang secara parsial pada sebuah hubungan variabel.

E. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2011) mengatakan bahwa koefisien determinasi berfungsi sebagai media pengukur atas kemampuan model menjelaskan variasi atau variabel independen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui setiap item apakah sudah valid atau tidak. Butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai signifikan < 0.05 atau dengan membandingkan r hitung pada kolom *person correlation* total $>$ nilai r table dengan signifikan < 0.05 sehingga dapat nilai r table $df = N-2$ yaitu 0,182.

Tabel 1 Uji Validitas

No	Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Servicescape	X1.1	0,507	0,182	Valid
		X1.2	0,508	0,182	Valid
		X1.3	0,482	0,182	Valid
		X1.4	0,517	0,182	Valid
		X1.5	0,645	0,182	Valid
		X1.6	0,493	0,182	Valid
		X1.7	0,471	0,182	Valid
		X1.8	0,471	0,182	Valid
		X1.9	0,477	0,182	Valid
2	Menu Diversity	X2.1	0,546	0,182	Valid
		X2.2	0,546	0,182	Valid
		X2.3	0,562	0,182	Valid
		X2.4	0,581	0,182	Valid
		X2.5	0,542	0,182	Valid
		X2.6	0,554	0,182	Valid
		X2.7	0,544	0,182	Valid
3	Kepuasan Pelanggan	Y1.1	0,466	0,182	Valid
		Y1.2	0,497	0,182	Valid
		Y1.3	0,554	0,182	Valid
		Y1.4	0,541	0,182	Valid
		Y1.5	0,567	0,182	Valid
		Y1.6	0,539	0,182	Valid
		Y1.7	0,614	0,182	Valid
		Y1.8	0,576	0,182	Valid
4	Loyalitas Pelanggan	Y2.1	0,585	0,182	Valid
		Y2.2	0,684	0,182	Valid
		Y2.3	0,578	0,182	Valid
		Y2.4	0,533	0,182	Valid
		Y2.5	0,556	0,182	Valid
		Y2.6	0,564	0,182	Valid

Sumber : Data diolah, 2024

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu jawab sudah konsisten atau tidak. Berikut ialah hasil uji reabilitas pada peneitian ini.

Tabel 2 Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien	Keterangan
1	Servicescape	0,628	>0,60	Reliabel
2	Menu Diversity	0,620	>0,60	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,659	>0,60	Reiabel
4	Loyalitas Pelanggan	0,614	>0,60	Reiabel

Sumber : Data diolah, 2024

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

Persamaan	<i>Asymp. 2 tailed</i>	Keterangan
X1 dan X2 terhadap Y1	0.200	Normalitas
X1, X2, dan Y1 terhadap Y2	0.200	Normalitas

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 3 diketahui hasil normalitas kolmogorov smirnov sub struktural 1 dan sub struktural 2 signifikasinya diatas 0,05 yaitu 0,200. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Uji Multikolinieritas sub 1

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai Varians Inflation Factor (VIF)
Servicescape	715	1,399
Menu Diversity	715	1,399

Sumber: Data diolah, 2024

Dapat disimpulkan bahwa pada tabel 4 data sub struktural pertama, tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF nya $1,399 < 10$ dan nilai tolerance nya $0,715 > 0,10$.

Tabel 5 Uji Multikolinieritas sub 2

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai Varians Inflation Factor (VIF)
Servicescape	738	1,354
Menu Diversity	892	1,121
Kepuasan Pelanggan	721	1,386

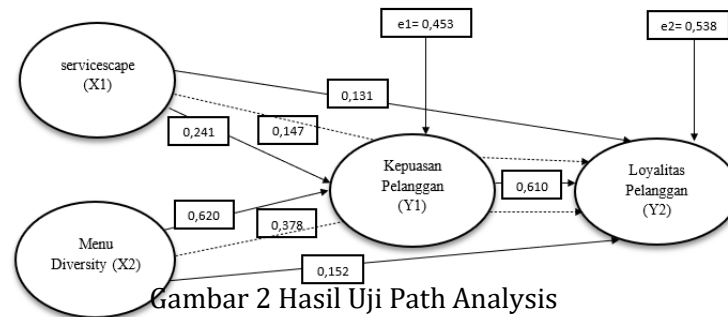
Sumber: Data diolah, 2024

Dapat disimpulkan bahwa pada Tabel 5 data sub struktural kedua, tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF nya dari tiga variabel tersebut < 10 dan nilai tolerance dari tiga variabel tersebut > 10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada kedua persamaan dalam penelitian ini menunjukkan hasil pada uji Glejser dari variabel Servicescape, Menu Diversity, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan terbebas dari gejala heteroskedastisitas dikarenakan nilai probabilitas lebih besar dari nilai α 0.05.

C. Uji Path Analysis



Gambar 2 Hasil Uji Path Analysis

Sumber: Data diolah, 2024

Berikut uraian uji path analysis:

- Pengaruh langsung Servicescape terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu 0,241
- Pengaruh langsung Menu Diversity terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu 0,620
- Pengaruh langsung Servicescape terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu 0,131
- Pengaruh langsung Menu Diversity terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu 0,152
- Pengaruh langsung Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu 0,610
- Pengaruh tidak langsung servicescape melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu 0,147
- Pengaruh tidak langsung servicescape melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu 0,378

D. Pengujian Hipotesis

- Pengujian Hipotesis 1: Pengaruh Servicescape (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 2,449 dengan t tabel 1,981 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dan nilai sig 0,016 yang artinya < 0.05 . Maka disimpulkan bahwa H1 diterima karena Servicescape terdapat pengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) sebesar 24,1%.

- Pengujian Hipotesis 2: Pengaruh Menu Diversity (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 6,341 dengan t tabel 1,981 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dan nilai sig 0,000 yang artinya < 0.05 . Maka disimpulkan bahwa H2 diterima karena Menu Diversity terdapat pengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) sebesar 62%.

3. Pengujian Hipotesis 3: Pengaruh Servicescape (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 2,171 dengan t tabel 1,981 yang artinya t hitung > t tabel. Dan nilai sig 0,032 yang artinya < 0.05. Maka disimpulkan bahwa H3 diterima karena Servicescape terdapat pengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) sebesar 13,1%.

4. Pengujian Hipotesis 4: Pengaruh Menu Diversity (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 4,360 dengan t tabel 1,981 yang artinya t hitung > t tabel. Dan nilai sig 0,000 yang artinya < 0.05. Maka disimpulkan bahwa H4 diterima karena Menu Diversity terdapat pengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) sebesar 15,2%.

5. Pengujian Hipotesis 5: Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y2).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 6,290 dengan t tabel 1,981 yang artinya t hitung > t tabel. Dan nilai sig 0,000 yang artinya < 0.05. Maka disimpulkan bahwa H5 diterima karena terdapat pengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) sebesar 61%.

6. Pengujian Hipotesis 6: Pengaruh Servicescape (X1) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2).

Pengaruh tidak langsung dengan mengalihkan nilai beta X1 terhadap Y1 dengan nilai beta Y1 terhadap Y2 yaitu $0,241 \times 0,610 = 0,147$. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung 0,147 lebih besar dibandingkan pengaruh langsung 0,131. Maka disimpulkan bahwa H6 diterima karena variabel Servicescape (X1) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) terdapat pengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) sebesar 14,7%.

7. Pengujian Hipotesis 7: Pengaruh Menu Diversity (X2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2).

Pengaruh tidak langsung dengan mengalihkan nilai beta X2 terhadap Y1 dengan nilai beta Y1 terhadap Y2 yaitu $0,620 \times 0,610 = 0,378$. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung 0,378 lebih besar dibandingkan pengaruh langsung 0,152. Maka disimpulkan bahwa H6 diterima karena variabel Menu Diversity (X2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) terdapat pengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) sebesar 37,8%.

E. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6 Hasil r Square sub struktural 1

Model Summary

Model	R	<i>R Square</i>	Adjusted <i>R Square</i>	Std. Error of the Estimate
1	.891 ^a	0.794	0.789	0.959
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent variable: Y1				
Sumber: Data diolah, 2024				

Tabel Hasil r Square Sub struktural 2

Model Summary ^b				
Model	R	<i>R Square</i>	Adjusted <i>R Square</i>	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	0.710	0.702	1.365
a. Predictors: (Constant), X1, X2, Y1				
b. Dependent Variable: Y2				

Sumber:

Data diolah, 2024

PEMBAHASAN

1. Servicescape berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan artinya café dengan lingkungan fisik seperti desain interior yang menarik, musik yang menyenangkan, fasilitas yang lengkap, serta pencahayaan dan suasana yang nyaman akan membuat pelanggan merasa puas.
2. Menu Diversity berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan artinya cafe yang menawarkan keragaman menu yang bervariasi cenderung mendapatkan persepsi positif dan kepuasan yang lebih tinggi dari pelanggan.
3. Servicescape berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan artinya Loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh pengalaman positif yang dihasilkan dari lingkungan fisik pada café. Jika pelanggan merasa nyaman, puas, dan memiliki pengalaman yang menyenangkan, mereka cenderung untuk kembali dan merekomendasikan cafe kepada orang lain.
4. Menu Diversity berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan artinya café dengan keberagaman menu memberikan pelanggan lebih banyak pilihan makanan dan minuman, ini penting karena setiap pelanggan memiliki selera dan preferensi yang berbeda. Dengan menawarkan keberagaman menu, pelanggan tidak akan bosan dengan pilihan yang terbatas dan akan selalu menemukan sesuatu yang baru untuk dicoba setiap kali berkunjung yang dapat membuat pelanggan puas dan pada gilirannya meningkatkan loyalitas.

5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan artinya pengalaman positif yang dirasakan pelanggan saat berkunjung ke cafe, baik melalui produk, layanan, maupun suasana yang diberikan membuat pelanggan merasa puas. pelayanan yang diberikan staf cafe memainkan peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, kepuasan dari pengalaman yang konsisten ini dapat memperkuat loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian pada point pembahasan diatas, maka dapat diringkas menjadi beberapa point kesimpulan yang menjadi beberapa point Kesimpulan yang menjadi jawaban atas rumusan permasalahan dalam penelitian ini diantaranya, yakni:

Pada hasil uji hipotesis 1 membuktikan bahwa Servicescape (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) pada café dikecamatan prigen . Lalu, hasil uji hipotesis 2 membuktikan bahwa Menu Diversity (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) pada café dikecamatan prigen.

Kemudian pada hasil uji hipotesis 3 membuktikan bahwa Servicescape (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) pada café dikecamatan prigen . Lalu, hasil uji hipotesis 4 membuktikan bahwa Menu Diversity (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) pada café dikecamatan prigen. Dan hasil uji hipotesis 5 Kepuasan Pelanggan (Y1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) pada café dikecamatan prigen.

Dan hasil uji hipotesis 6 membuktikan bahwa Servicescape (X1) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) pada café dikecamatan prigen. Kemudian yang terakhir pada uji hipotesis 7 membuktikan bahwa Menu Diversity (X2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) pada café dikecamatan prigen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agro industri. (2018). *2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*. Databoks.Katadata.Co.Id.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Andry Stepahnie Titing, Almansyah Rundu Wonua, Hendrik, M. D., & Al-Haq, A. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word of Mouth (Studi Kasus di Cafe Come On Coffe Pomalaa). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10.1(2623–1719), 34–47.
- Angelia, D. (2022). *Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik*. Goodstast.Id. <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Aprilia, N. A., & Nugraha, A. A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen di Warmino Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan. *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(2), 148–158.

- Ariningtyas, E. (2020). Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wedangan Jimboeng. *Journal Of Management, Business And Education*, 7(1), 115–123.
- Charleys, good time. (2023). *10 cafe prigen pasuruan yang bagus dan murah*. Good-Time-Charleys. <https://www.good-time-charleys.com/2023/05/cafe-di-prigen-pasuruan.html>
- Cholik, F. I., Rufial, R., & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 58–67.
- Dana rupiah. (2024). *Maraknya Bisnis Kopi Di Indonesia*. Danarupiah.Id. <https://www.danarupiah.id/maraknya-bisnis-kopi-di-indonesia-2/>
- Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2020). Pengaruh Service Scape dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen di SK Coffee Lab Kota Kediri. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadir*, 5(1), 1–18.
- Gamma Shafina. (2023). *Benarkah Masyarakat Indonesia Gemar ke Kafe?* Goodstast.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/benarkah-masyarakat-indonesia-gemar-ke-kafe-ce1T4>
- Imam Herdiana. (2021). *Keberagaman Indonesia dalam Menu Kuliner*. Bandungbergerak.Id. <https://bandungbergerak.id/article/detail/624/keberagaman-indonesia-dalam-menu-kuliner>
- Ismail, I., Puspitasari, M., Fausia, F. I., & Indrawan, M. M. (2023). Peran Karyawan Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Journal of Management and Creative Business*, 1(4), 413–424.
- Izza, N. A. (2023). *Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember*. UIN KHAS JEMBER.
- Juliana, T. N. (2020). Pengaruh Servicescape terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Chakra The Breeze Bumi Serpong Damai. *Jurnal Ecodemica*, 4(1).
- kafe kolong. (2020). *Pertumbuhan Bisnis Kafe 15-20% Setiap Tahun*. Kafekolong.Com. <https://www.kafekolong.com/pertumbuhan-bisnis-kafe-15-20-setiap-tahun>
- Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Mahe, A. A., Suwarsono, B., & Nadhiro, U. (2023). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bebek H. Slamet Kota Kediri. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 240–257.
- Miftahul Huda. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Kjks) Arjuna Purwosari- Pasuruan. *Jurnal Heritage*, 6.1, 1–13.
- Mumu, D. N., Tumbuan, W. J. F. A., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi*,

Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9(3), 951–959.

- Murdayah, K. A., Hidayati, N., & Suharto, M. K. A. B. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Steak Moen-Moen Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Nadifah, M. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 3(2), 53–62.
- Oetomo, R. A., & Nugraheni, R. (2012). *Analisis pengaruh keragaman menu, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada restoran waroeng taman singosari semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Peni Widarti. (2022). *Industri kafe dan restoran jatim diyakini tumbuh 30 %*. Bisnis.Com. <https://surabaya.bisnis.com/read/20220827/532/1571085/industri-kafe-restoran-jatim-diyakini-tumbuh-30-persen>
- Prianto, F. W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Harga, Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Café Kidy Di Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. *Growth*, 18(2), 98–113.
- PT Berita Nusantara. (2020). *Play Around Coffee & Kitchen, mengusung konsep play cafe untuk anak muda dan keluarga, kini hadir di Bintaro*. Koran-Jakarta.Ccom. <https://koran-jakarta.com/play-around-coffee-kitchen-mengusung-konsep-play-cafe-untuk-anak-muda-dan-keluarga-kini-hadir-di-bintaro>
- Putri, E. N., & Sunarti & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Toko Oen Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1).
- Putri, O. T., Raharjo, A. M., & Remiasa, M. (2018). Analisa Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jw Marriott Hotel Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Putri, T. A. (2023). *Pengaruh Lingkungan Fisik (Service Scape) Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan 212 Mart Soebrantas Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rahmi, E. (2023). *Pengaruh Relationship Marketing, Perceived Quality dan Servicescape terhadap Loyalitas Pelanggan De'Kampung Cafe*. Prodi Manajemen.
- Ririn Marisca Hasibuan, Dr. Fitriani Harahap, S.Pd., ME, Armansyah Lubis, S.E., M. . (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CAFE VANILLA PANYABUNGAN. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, Vol.4 No.3(2615 – 319X), Hal. 175.
- Ruki, U. A. (2011). Pengenalan Teori Servicescape dan Penerapannya dalam Desain Interior. *Humaniora*, 2(2), 1225–1235.
- Saputro, A. J. (2020). *Analisis Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pt. Samudera Raya Jaya*. STIAMAK Barunawati Surabaya.
- Tim detik jatim. (2022). *5 Daerah Penghasil Kopi Khas Jawa Timur*. Detik.Com. <https://www.detik.com/jatim/kuliner/d-6269096/5-daerah-penghasil-kopi-khas>

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 4 (2024) 1520 – 1531 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i4.494

jawa-timur/1

- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521.
- Wismantoro, Y. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pelanggan Telkom Speedy Kantor Daerah Layanan Telekomunikasi Semarang). *MEDIA*, 21(1).