

PENGARUH *SERVICESCAPE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFÉ BALONG AJA KABUPATEN GARUT

Ajeng Binda Rahayu¹; Rohimat Nurhasan²; Stanny Dhamayanty³

Fakultas Ekonomi, Universitas Garut^{1,2,3}

Email : ajengbinda00@gmail.com¹; rohimat.nurhasan@uniga.ac.id²;
stanny@uniga.ac.id³

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah kebahagiaan pelanggan di Café Balong Aja dipengaruhi oleh *servicescape* dan kualitas layanan. Dengan menggunakan kuesioner daring dan metode kuantitatif asosiatif, 100 pelanggan yang telah memesan makanan di tempat di Café Balong Aja dipilih untuk teknik pengambilan sampel purposif. PLS-SEM adalah metode analisis data yang digunakan. Pada akhirnya, penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang besar dan baik terhadap kepuasan pelanggan. Sebuah penelitian terhadap pelanggan Café Balong Aja menemukan bahwa indikator fungsional dan spasial (*spatial layout and functional*) memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan dengan variabel *servicescape*. Di sisi lain, indikator *responsiveness* (daya tanggap) memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan dengan variabel kualitas layanan. Arah hubungan positif menunjukkan bahwa peningkatan *servicescape* dan kualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Café Balong Aja.

Kata kunci : *Servicescape*; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether customer happiness at Café Balong Aja was influenced by servicescape and service quality. Using an online questionnaire and associative quantitative methods, 100 customers who had ordered food on the spot at Café Balong Aja were selected for the purposive sampling technique. PLS-SEM was used to look at the data. In the end, this study shows that servicescape and service quality have a big and good effect on customer happiness. Researchers who Café studied Balong Aja customers found that functional and spatial indicators have the most impact on customer happiness with the servicescape variable. On the other hand, responsiveness indicators have the most impact on customer satisfaction with the service quality variable. The good direction of the relationship shows that improving quality and service will make customers happier at Café Balong Aja.

Keywords : Servicescape; Service Quality; Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Teknologi dan industri baru memberikan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat, khususnya di dunia bisnis. Bisnis makanan dan minuman adalah salah satu yang paling cepat berkembang di dunia. Khusus industri makanan dan minuman menghasilkan sekitar Rp 1,946 miliar. Ketika usaha mikro, kecil, dan menengah

(UMKM) ditambahkan, jumlah totalnya adalah sekitar \$2.000 triliun (Jelita, 2021). Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya usaha yang membuka dan mengembangkan departemen makanannya. Kalau sudah seperti ini pasti akan ada persaingan. Pelaku perekonomian harus lebih kreatif dan pandai mengikuti aturan Undang-Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014 yang bertujuan untuk meningkatkan perdagangan berbasis ekonomi kreatif.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Garut menyebutkan bahwa kota ini memiliki 16 subsektor ekonomi kreatif yang turut mendongkrak PDB. Ke-16 subsektor ekonomi kreatif tersebut memegang peranan besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Garut. Subsektor ini memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat kota Garut baik secara langsung maupun tidak langsung. Industri kuliner merupakan penyumbang utama PDB (Produk Domestik Bruto) Garut.

Kabupaten Garut yang dikenal dengan sebutan “Kota Dodol” yang menandakan keunggulan kota ini dalam bidang wisata kuliner. Wisata *gastronomi* ini didukung dengan banyaknya restoran dan pusat kuliner di Kabupaten Garut, termasuk banyaknya Café di Kabupaten Garut. Berdasarkan BPS Provinsi Jawa Barat jumlah café yang ada di Kabupaten Garut pada tahun 2018 sebanyak 203. *Café* berasal dari bahasa Prancis dan secara harfiah berarti "kopi." Maulidi (2017) mendefinisikan kafe sebagai tempat berkumpul di mana pengunjung dapat bersosialisasi dan memesan makanan dan minuman. Kemudian (Riyadi et al., 2023) menyatakan bahwa meskipun kafe termasuk dalam kategori restoran, kafe dibedakan berdasarkan penekanannya pada suasana santai, hiburan, dan kenyamanan tamu; dengan demikian, kafe menawarkan tempat duduk yang nyaman dan musik yang ringan. Seiring perkembangan zaman, café telah menawarkan minuman dan makanan ringan lainnya selain kopi.

Salah satu yang saat ini paling diminati oleh pelanggan adalah Café Balong Aja , yang terletak di Jl. Rancabango, Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151. (Sultan, 2023) mengatakan bahwa yang membedakan Café Balong Aja dengan Café lainnya adalah pemandangannya yang indah dengan latar belakang danau dan Gunung Guntur. Café ini berkonsep semi *outdoor* dan memiliki berbagai fasilitas seperti ATV dan perahu kecil yang mengelilingi danau, dek kecil dipinggir danau sehingga pengunjung bisa menikmati santapan bersama disana. Salah satu daya tarik Café Balong

Aja adalah danau alami yang terletak di area Café yang terhubung langsung dengan Gunung Guntur Garut.

Dalam wawancara yang dilakukan bersama manajer Café Balong Aja mengatakan bahwa Café Balong Aja menggunakan *Google review* sebagai tolak ukur dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh pada keberlangsungan cafe karena mempertahankan pelanggan dengan hal-hal yang mendukung kepuasan mereka adalah kunci keberhasilan (Nanincova, 2019). Beberapa upaya yang dilakukan Café Balong Aja untuk mempertahankan kepuasan pelanggan diantaranya adalah membuat café berkonsep semi *outdoor* dengan memanfaatkan danau alami yang terhubung langsung dengan pemandangan Gunung Guntur, sambil membuat tata letak dan pemilihan furnitur café dengan sedemikian rupa untuk membuat pelanggan tertarik dan nyaman. Selain itu, Café Balong Aja melakukan evaluasi kerja kepada para staf nya setiap bulan agar mereka bisa memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya.

Berikut beberapa daftar nama Café di Garut dengan kriteria semi *outdoor* versi *google review* tahun 2024 yang peneliti sajikan pada tabel 1.1, terlihat bahwa menurut *rating google review*, Angin Senja Coffee & Resto, Dongeng Therace, dan D'Heleur berada di peringkat atas dengan rating 4,5. Lalu D'Leuwi memiliki rating 4,4. Sedangkan Café Balong Aja memiliki rating terendah yaitu 4,3. Beberapa ulasan pada *review google* menunjukkan menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Balong Aja Café, seperti kursi yang tidak nyaman, kebersihan interior, waktu penyajian, pengetahuan staf, dan pelayanan yang buruk hal ini menandakan adanya masalah pada Café Balong Aja telah peneliti sajikan pada tabel 1.2.

Layanan yang ditawarkan perusahaan melalui peningkatan lingkungan fisik pelanggan dikenal sebagai *Servicescape*, perusahaan berusaha untuk memberikan kepuasan terhadap pancaindra pelanggan (Masloman et al., 2014). Misalnya, perusahaan berusaha menyenangkan mata pelanggan dengan mendirikan kafe yang indah, hidung mereka dengan memberikan aroma yang menyenangkan, dan telinga mereka dengan memutar musik atau suara populer. Menurut Ibrahim & Thawil (2019) untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, memberikan pelayanan terbaik adalah yang paling penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk meningkatkan kualitas layanan, dipekerjakan karyawan yang berdedikasi dan memiliki kompetensi yang tinggi

dengan kualifikasi khusus di bidangnya. Karena sumber daya manusia (SDM) sangat penting untuk mendukung operasi perusahaan di bidang jasa pelayanan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan sangat penting (Laetitia et al., 2021).

Dapat disimpulkan bahwa meski beberapa upaya sudah dilakukan oleh pihak Café Balong Aja namun nyatanya masih belum maksimal. Karena jika dilihat dari *google review*, tingkat kepuasan pelanggan Café Balong Aja berada pada keadaan tidak puas. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi kelangsungan suatu perusahaan dan perusahaan harus memperhatikan hal ini agar tidak mengecewakan pelanggannya. Ada berbagai macam permasalahan yang dikeluhkan pelanggan, sehingga pengelola perlu mengevaluasi segala sesuatu yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa *servicescape* dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Harcahyo et al., 2021). Namun hasil tersebut berbeda dengan temuan yang didapat oleh Fahleti (2022) temuan menunjukkan bahwa *servicescape* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperjelas faktor-faktor penentu kepuasan pelanggan berdasarkan uraian permasalahan dan kesenjangan pada penelitian-penelitian sebelumnya, serta memberikan kontribusi dalam penerapan strategi pemasaran perusahaan terkait dengan faktor-faktor penentu kepuasan pelanggan dapat dipertimbangkan. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Café Balong Aja Kabupaten Garut” berdasarkan latar belakang informasi yang telah diuraikan di atas.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Servicescape

lingkungan fisik (*Servicescape*) berkaitan erat dengan elemen pengalaman seperti penampilan eksternal dan kesan yang dibuat oleh panca indera yang ditemui pelanggan di lokasi penyediaan layanan dan lokasi layanan. *Servicescape* adalah lingkungan yang mencakup elemen fisik dalam kaitannya dengan pelayanan fasilitas interior atau eksternal (Bitner, 1992).

(Djunaidi & Subagyo 2020) dalam penelitiannya mengatakan *servicescape* pada dasarnya merangkum layanan yang diberikannya dan memberikan gambaran rinci kepada pelanggan. Dengan menyampaikan nilai, norma, perilaku, peran, dan pola

hubungan antara karyawan dan pelanggan, desain *servicescape* memainkan peran penting dalam proses sosialisasi. Penyedia layanan dapat menggunakan fasilitas fisik untuk membedakan bisnis mereka dari pesaing dan menginformasikan jenis segmen pasar yang ingin mereka layani. Mereka juga dapat menggunakan perubahan lingkungan fisik untuk mengembangkan segmen pasar baru. Menurut Bitner (1992) dimensi *servicescape* terbagi menjadi tiga bagian yaitu : 1. *Ambient Conditions*, 2. *Spatial layout and Functionality*, 3. *Sign, symbol and artefact*.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mencakup seluruh unsur yang berkaitan dengan upaya memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi harapan pelanggan secara efisien dan efektif. Sebagaimana yang dikatakan Setyawati (2023) kualitas pelayanan berarti bahwa penyedia jasa memberikan pelayanan yang dilaksanakan secara sempurna guna memenuhi keinginan pelanggan dan ketepatan penyampaiannya memenuhi harapan pelanggan. Untuk bertahan dan menjadi pilihan pelanggan, kualitas pelayanan harus diprioritaskan dan dimaksimalkan.

Jika pelayanan yang didapat pelanggan memenuhi harapan mereka, maka pelayanan tersebut dianggap memiliki kualitas yang baik; sebaliknya, jika pelayanan yang didapat pelanggan tidak memenuhi harapan mereka, maka pelayanan tersebut dianggap buruk. Akibatnya, kualitas pelayanan ditentukan oleh seberapa baik penyedia layanan memenuhi standar pelanggan. Menurut (Parasuraman et al., 1988) hanya lima dimensi pokok dapat digabungkan dari sepuluh dimensi yang ada. Dimensi-dimensi ini termasuk: 1. *Tangibles*, 2. *Empathy*, 3. *Reliability*, *Responsiveness*, 5. *Assurance*.

Kepuasan Pelanggan

Menurut penelitian Khoiriyaha & Hidayatia tahun 2022, kepuasan pelanggan merupakan hasil perbandingan antara apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang sebenarnya diterima. Pelanggan memiliki ekspektasi dan persyaratan yang berbeda-beda, tergantung pada hubungan, status sosial, dan latar belakang pendidikannya. Pelanggan menilai perbedaan antara kinerja aktual suatu produk atau layanan dengan ekspektasi mereka saat menggunakannya, dan pada hakikatnya kepuasan atau ketidakpuasan adalah hal yang penting. Sangat penting bagi penyedia layanan untuk memahami variabel-variabel yang memengaruhi penawaran mereka. Suwardi (2011) mengidentifikasi dimensi kepuasan konsumen sebagai berikut: 1. Pembelian ulang: 2.

Menyebarkan word of mouth;; 3. Membangun brand image; 4. Mempengaruhi pembelian yang dilakukan di dalam organisasi yang sama.

Berikut ini adalah kerangka pemikiran dan hipotesis 2.1 yang akan dibuktikan dalam penelitian ini berdasarkan landasan penelitian yang telah diberikan, khususnya:

H1: Di Café Balong Aja, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh servicescape.

H2: Pada Café Balong Aja, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian asosiatif. Penelitian ini melibatkan masyarakat yang datang ke Café Balong Aja. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *non-probability* sampling dengan tipe *purposive sampling*. Café Balong Aja memiliki jumlah pelanggan yang terus bertambah dan tidak diketahui jumlah pastinya, maka untuk penentuan jumlah sampel digunakan rumus *Cochran* sebesar 96 responden. Namun, sampel sebanyak 100 orang diambil untuk memastikan bahwa sampel tidak lebih kecil dari minimal yang ditetapkan. Jadi sampel dari penelitian ini adalah 100 Pelanggan Café Balong Aja dengan kriteria responden adalah pelanggan yang pernah mengunjungi Café Balong Aja pada periode 2024 dan melakukan pemesanan secara *dine in*.

Jajak pendapat Google Form diberikan kepada pelanggan Café Balong Aja untuk mengumpulkan informasi. Skala yang disebut skala Likert digunakan untuk mengukur hal-hal dalam kuesioner penelitian ini. Ini adalah jenis skala numerik yang disebut skala Likert. Variabel yang akan diukur ditemukan menggunakan skala Likert. Jika Sangat Setuju (SS) = 5, Setuju (S) = 4, Netral (N) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1, maka ini adalah variabel prediktor. Servicescape dan kualitas pelayanan adalah faktor eksogen (independen), dan kepuasan pelanggan adalah variabel endogen (dependen). Karena hanya ada satu cabang Café Balong Aja, maka indikator pengambilan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama tidak termasuk dalam variabel kepuasan pelanggan karena tidak begitu relevan dengan objek penelitian yang diteliti. Hal ini berarti konsumen tidak dapat memilih barang sejenis yang dibuat oleh usaha yang sama. Penelitian ini menggunakan SEM PLS dengan aplikasi SmartPLS 3.0 sebagai pendekatan analisis datanya. Memprediksi dan menjelaskan hubungan teoritis antara faktor *servicescape* dan kualitas pelayanan terhadap kebahagiaan pelanggan merupakan tujuan dari PLS.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Karakteristik Responden

Berdasarkan informasi yang dihimpun dari 100 orang pelanggan yang memesan makanan di tempat di Café Balong Aja pada tahun 2024 dan telah melengkapi kuesioner, terlihat bahwa perempuan merupakan 68% dari responden penelitian ini. Kemudian, sebanyak 52% responden atau mereka yang berada dalam kelompok usia 17-23 tahun mendominasi sampel. Lebih jauh lagi, 43% responden survei adalah pelajar, sehingga mereka merupakan mayoritas responden survei. Kemudian, 58% responden adalah lulusan SMA atau sederajat.

Analisis dan Hasil Penelitian

Analisis *Outer Model*

Untuk mengetahui apakah setiap indikasi berhubungan dengan variabel laten lainnya, maka harus dilakukan evaluasi terhadap model pengukuran atau *outer model*. Ada tiga cara yang digunakan untuk memeriksa validitas penelitian ini: *convergent validity*, *discriminant validity*, and *composite dependability*.

Convergent Validity

Tujuan *Convergent Validity* adalah untuk mengevaluasi validitas indikator sebagai suatu sistem pengukuran yang ditunjukkan oleh faktor pemuatan. Jika nilai faktor pemuatan suatu indikator lebih tinggi dari 0,70, indikator tersebut dianggap sah. Selain itu, dilakukan uji yang dikenal sebagai *Average Variance Extracted (AVE)*. Jika skor AVE lebih dari 0,50, indikator tersebut dianggap telah lulus uji Validitas Konvergen. Selama pemrosesan awal model, faktor lading dari 20 indikator yang diusulkan dievaluasi. Semua indikator dengan faktor pemuatan kurang dari 0,70 akan dihapus.

Berdasarkan gambar 4.1, Indikator tertentu memiliki faktor pemuatan $< 0,70$., diantaranya SC1 sebesar 0,685 dan SC6 sebesar 0,541. Maka indikator-indikator tersebut akan dihilangkan atau dihapus. Selanjutnya melakukan pengulangan pengujian *outer model* seperti pada Gambar 4.2. Berdasarkan gambar 4.2, terlihat dengan nilai *Loading Factor* $> 0,70$, setiap indikator telah memenuhi persyaratan uji validitas konvergen. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa indikator tersebut dianggap valid untuk mengukur variabel dan memiliki nilai validitas yang kuat.

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk *Servicescape* (X1), *Service Quality* (X2), dan *Customer Satisfaction* (Y) semuanya lebih besar dari 0,50 pada Tabel 4.1. Ini berarti bahwa hasil tersebut memenuhi standar uji *convergent validity*.

Discriminant Validity

Nilai beban faktor lintas konstruk didapat dengan membandingkannya dengan konstruk yang dituju, nilai beban faktor harus lebih besar daripada nilai beban faktor konstruk lain. Jika nilai satu indikator konstruk lebih besar dari nilai semua indikator konstruk lainnya, tes tersebut dianggap valid. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai akar AVE pada konstruk lebih besar daripada korelasinya dengan variabel laten lainnya. Karena itu, *Fornell Larcker Criterion* dianggap baik karena memenuhi persyaratan pengujian validitas diskriminan.

Composite Reliability

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan oleh model pengukuran untuk menunjukkan bahwa alat yang digunakan untuk mengukur konsep tersebut benar, konsisten, dan tepat. Salah satu cara untuk mengukur reliabilitas suatu desain adalah dengan *Alpha Cronbach*, dan cara lainnya adalah dengan *Composite Reliability*. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai *alpha Cronbach* dan nilai reliabilitas gabungannya lebih dari 0,70. Tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai 0,861 di atas 0,70, variabel *servicescape* (X1) memiliki nilai 0,894, dan kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai 0,933. Nilai-nilai ini menunjukkan reliabilitas variabel dan memenuhi standar untuk pengujian *Composite Reliability*. Itulah yang ditunjukkan Tabel 4.4: hasil uji *Alpha Cronbach* untuk *Servicescape* (X1), Kualitas pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Semua poin tersebut memiliki nilai lebih dari 0,70. Ini berarti bahwa faktor-faktor tersebut lolos uji *Composite Reliability* dan dianggap reliabel.

Analisis Inner Model

Selanjutnya, analisis inner model dilakukan untuk memastikan kesesuaian model dengan penelitian ini. Perkiraan atau hubungan antar variabel laten ditampilkan melalui evaluasi pengukuran *inner model*. Penelitian ini menguji instrumen data model struktural (*Inner Model*) dengan *R-Square*.

R-Square

Untuk menunjukkan koefisien determinasi dalam bentuk endogen, digunakan R-Square. Untuk sangat kuat, angka R-Square adalah 0,75, untuk kuat adalah 0,50, dan untuk sangat lemah adalah 0,25. Dari Tabel 4.5. Untuk menjelaskan Kepuasan Pelanggan (Y), faktor *Servicescape* (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) berjumlah 57% dari nilai R-Square sebesar 0,570, yang menempatkannya dalam kelompok nilai kuat. Variabel eksogen yang tersisa, yang tidak terdeteksi dalam penelitian ini, memiliki kontribusi sebesar 43% terhadap penjelasan.

Pengujian Hipotesis

Bootstrapping adalah Teknik penelitian untuk menguji hipotesis adalah pemrosesan model struktural. Nilai-p dan statistik-t, yang terkadang juga disebut uji-t, digunakan dalam metode uji statistik ini. Ada peluang 95% bahwa nilai-p benar, dan nilai tabel-t adalah 1,96 dengan alfa 5%. Agar hipotesisnya benar, statistik-t harus lebih besar daripada angka tabel-t. Uji-t memeriksa informasinya. Orang mengatakan bahwa sesuatu signifikan jika nilai-P kurang dari 0,05 (alfa 5%).

Berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis, berdasarkan Tabel 4.6:

1. Seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,427 (positif), nilai t-statistik sebesar $3,307 > t\text{-tabel } 1,96$, dan nilai-p sebesar $0,001 < 0,05$ (alfa), maka hipotesis pertama (H1) benar. Artinya *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebahagiaan pelanggan pada Kafe Balong Aja di Garut. Yang ditemukan dalam penelitian ini adalah *servicescape* (X1) berpengaruh terhadap kebahagiaan pelanggan (Y).
2. Hipotesis kedua (H2) benar. Yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh baik dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Balong Aja di Garut. Seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,394 (positif), nilai t-statistik sebesar $3,000 > t\text{-tabel } 1,96$, dan nilai-p sebesar $0,003 < 0,05$ (alfa), maka kemungkinan besar demikian. Bahwa kualitas pelayanan (X2) memengaruhi kebahagiaan pelanggan (Y) adalah apa yang ditemukan dalam penelitian ini.

Diskusi dan Pembahasan

Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Café Balong Aja dipengaruhi oleh *servicescape*. Lingkungan yang nyaman meningkatkan kepuasan

klien dan mendorong pengembalian bisnis di masa mendatang (Yana & Hutasuhut, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan langsung antara pelanggan kafe dan *servicescape* saling terkait. Akibatnya, kepuasan konsumen terhadap barang yang dibeli dapat dipengaruhi oleh lingkungan layanan yang positif (Muzakqi & Zaki, 2024). Mayoritas kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh indikator fungsional seperti pengaturan konsep dan tata letak spasial (*spatial layout functionality*), menurut penelitian yang dilakukan pada klien Café Balong Aja. Selain itu, kafe yang dirancang dengan baik dengan pencahayaan dan perabotan yang cukup seperti tempat duduk dan meja meningkatkan kebahagiaan klien. Temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya oleh Fahleti (2022), yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan di Restoran Tepian Pandan Tenggara tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *servicescape*. Memang benar bahwa menggunakan komponen fisik dapat membuat pelanggan merasa lebih nyaman saat melakukan pembelian. Lebih jauh, elemen *servicescape* memfasilitasi komunikasi tidak langsung antara penyedia layanan dan klien melalui lingkungan yang dirancang secara fisik. Meskipun hal ini tidak berdampak pada pelanggan Restoran Tepian Pandan Tenggara, mereka mungkin tidak terlalu tertarik atau merasa terpengaruh saat berada di sana. Lebih menyenangkan menikmati produk dan layanan staf daripada lingkungan sebenarnya. Meskipun demikian, penelitian lain oleh Harcahyo et al. (2021) menemukan bahwa *servicescape* memiliki dampak besar pada kepuasan pelanggan di Resto Kampong Rawa Ambarawa. Karena *servicescape* memiliki peran, seperti memfasilitasi interaksi pelanggan dan karyawan dan berfungsi sebagai representasi visual dari apa yang ingin ditunjukkan perusahaan. Tujuan utamanya adalah untuk membuat bukti fisik dan layanan yang tepat untuk memenuhi harapan pelanggan.

Untuk meningkatkan *servicescape*, Café Balong Aja dapat memulai dengan melakukan evaluasi terhadap kondisi fisik café saat ini. Misalnya, dengan memperhatikan kebersihan dan kerapian area makan, memperbaiki pencahayaan yang kurang optimal, serta mengganti furnitur yang sudah rusak. Selain itu, café juga bisa mempertimbangkan untuk menambahkan elemen-elemen dekorasi yang khas, seperti foto-foto pemandangan alam Garut atau karya seni lokal. Dengan menciptakan suasana yang nyaman dan estetik, Café Balong Aja diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa tingkat pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap Café Balong Aja. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dan harus ditingkatkan agar usaha tersebut dapat bertahan dan menjadi pilihan pelanggan (Setyawati, 2020). Agar dapat berkembang dan mendapatkan preferensi pelanggan, kualitas pelayanan perlu diprioritaskan dan dioptimalkan. Berdasarkan hasil penelitian kepada pelanggan Café Balong Aja, sebagian besar kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh indikator *responsiveness* (ketanggapan) artinya pelanggan yang memiliki permintaan khusus (misalnya, modifikasi menu atau permintaan tambahan) dilayani dengan baik dan fleksibel.

Studi sebelumnya oleh Nanincova (2019) juga menemukan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap Kepuasan Pelanggan di Noach Cafe and Bistro. Hasil studi ini didukung oleh studi tersebut. Pelanggan menganggap suatu layanan berkualitas baik jika memenuhi harapan mereka. Sebaliknya, jika tidak memenuhi harapan mereka, maka dianggap kualitasnya buruk. Oleh karena itu, kemampuan penyedia jasa dalam memuaskan harapan pelangganlah yang menentukan kualitas jasanya.

Cahya et al. (2020) mengatakan bahwa perusahaan harus memberikan perhatian ekstra pada kualitas pelayanan karena memiliki pengaruh langsung terhadap kemampuan mereka untuk berhasil dan tingkat keuntungan mereka. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, Café Balong Aja dapat memulai dengan mengadakan pelatihan rutin bagi seluruh staf khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan seperti kasir dan pramusaji. Pelatihan ini dapat mencakup teknik komunikasi yang efektif, cara menangani pelanggan yang sulit, dan pengetahuan tentang produk yang ditawarkan. Selain itu, café juga bisa membentuk tim khusus untuk menangani keluhan pelanggan. Tim ini akan bertanggung jawab untuk mencatat semua keluhan, menganalisis penyebabnya, dan mencari solusi yang tepat. Dengan adanya tim khusus ini, café dapat lebih responsif terhadap masukan pelanggan dan terus meningkatkan kualitas pelayanannya.

KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian dan diskusinya, responden mengatakan bahwa mereka puas dengan layanan di Cafe Balong Aja. Oleh karena itu, Cafe Balong Aja harus

berkonsentrasi untuk terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan seperti yang diharapkan oleh pelanggannya, sehingga mereka dapat tetap puas ketika mengunjungi Cafe Balong Aja. Variabel *servicescape* dipersepsikan baik oleh responden, Cafe Balong Aja harus terus berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan konsep *servicescapenya* sehingga menyentuh aspek emosional pengunjung sehingga mereka selalu merasa puas ketika mengunjungi Cafe Balong Aja. *Servicescape* saat ini telah mampu menciptakan kesan positif pada pelanggan, sehingga manfaat yang diharapkan dapat sepenuhnya dicapai.

Meskipun beberapa penelitian telah meneliti pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai konteks bisnis, penelitian yang spesifik pada Café semi *outdoor* dengan karakteristik unik seperti Cafe Balong Aja masih terbatas. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menganalisis pengaruh *servicescape* yang terdiri dari tata letak ruang semi-outdoor, pencahayaan alami, dan elemen alam lainnya, serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris yang spesifik pada literatur mengenai pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang unik di café semi *outdoor*. Dengan memahami pengaruh *servicescape* semi-outdoor terhadap kepuasan pelanggan, para pelaku bisnis kuliner dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan daya saing bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Bitner. 1992. "Servicescape: The Impact of Physical Surroundings on Costumers and Employees." *The Journal of Marketing*, 56.
- Djunaidi, Djunaidi, and Heri Subagyo. 2020. "Pengaruh Service Scape Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Di SK Coffee Lab Kota Kediri." *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 5(1): 1.
- Fahleti, Widya Hana. 2022. "Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Tepian Pandan Di Tenggara." *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia* 18(2): 64–72.
- Harcahyo, Richardus Bowo, Sentot Suciarto Athanasius, and Veronica Kusdiartini. 2021. "Pengaruh Green Product, Servicescape Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Berbasis Alam." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (Jemap)* 4(2): 236.
- Ibrahim, Malik;, and sitti marijam Thawil. 2019. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1): 175–82.
- Jelita, Insi Nantika. 2021. "Industri Makanan Minuman Tumbuh Positif Saat Pandemi."

- mediaindonesia.com*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/378643/industri-makanan-minuman-tumbuh-positif-saat-pandemi> (January 28, 2024).
- Khoiriyaha, Siti, and Ira Hidayatia. 2022. "Pengaruh Corporate Image Pada Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Servicescape Dan Employees." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 13(2): 121–32. <https://jurnal.uns.ac.id/fokus-manajerial/article/view/8418>.
- Laetitia, Stephani Imanuela, Elke Alexandrina, and Satria Fajar Ardianto. 2021. "Pengaruh Kulaitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific Place." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 5(1):1699–1721. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/issue/view/19>.
- M. Rizshaldi Dwi Cahya N; Acep Samsudin; Kokom Komariah. 2020. "KEKUATAN SERVICESCAPE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN." *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 2(1): 55.
- Masloman, Mirna, Bode Lumanauw, and Irvan Trang. 2014. "Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(4): 589–601.
- Maulidi, Ahcmad. 2017. "Pengertian Kafe (Cafe)." *kanalinfo.web.id*. <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kafe-cafe> (July 22, 2024).
- Mochammad Rifqian Muzakqi; Achmad Zaki. 2024. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SERVICESCAPE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BURGER BANGOR SIDOARJO." *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 8(1): 568–81.
- Nanincova, Niken. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro." *Agora* 7(2): 1–5. <https://media.neliti.com/media/publications/287057-pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-kepua-8824929f.pdf>.
- Nurhasan, Rohimat, and Gugun Gunawan. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Style Leather Collections." *Jurnal Wacana Ekonomi* 15(03). www.jurnal.uniga.ac.id.
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal iof Retailing* 64.
- Riyadi, Taufik Bimo, Muhammad Kholif, and Lir Widyoputro. 2023. "Penerapan Open Space Dengan Konsep Desain Industrial Yang Mempengaruhi Perilaku Pengunjung Pada Atterra Cfe Sehingga Digemari Anak Muda." *Seminar Karya & Pameran Arsitektur Indonesia 2023 Place Making untuk Mewujudkan Komunitas yang Lebih Berdaya* 6(1): 1218–24. https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/47255/113_SAKAPARI_11_Taufik_Bimo_Riyadi%2C_Muhammad_Kholif_Lir_Widyoputro.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Sari, Ririn Dwi Astuti Kartika, and Muhammad Ikhsan Fifaldyovan. 2022. "Pengaruh Servicescape, Service Quality, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Di Kota Semarang." *Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional* 5(2): 56–59.
- Setyawati, Ria. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen." *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* 19(1): 57–63.

- <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/12660/2345>.
- Sultan, Muhammad Faiz. 2023. "Cafe Balong Aja Di Garut Punya View Indah Gunung Guntur, Cocok Buat Nyantai Bareng Teman Dan Keluarga." *Pikiran Rakyat Garut.com*.
- Suwardi. 2011. "Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan." *politeknik Negeri Semarang*.
- Yana, H.F. & Hutasuhut, I.P. 2019. "Pengaruh Servicescape Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty: Studi Pada Konsumen Warung Nako Bogor." *ISIP* 16(2): 1–13.
- Yunita, Riani et al. 2022. "Analysis of The Effect of Servicescape and Service Quality on Customer Satisfaction at Post Shop Coffee Toffee in Bogor City." *APTISI Transactions on Technopreneurship* 4(1): 68–76.

GAMBAR DAN TABEL

Tabel 1 . 1 Data Usaha Café di Garut

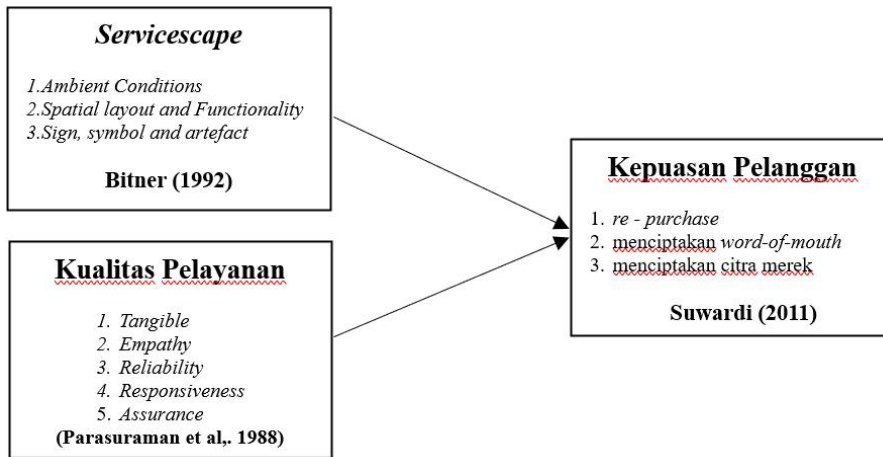
No	Nama Café	Rating
1.	Anoin Senja Coffe & Resto	4,5
2.	Dongeng Therace	4,5
3.	D'Heleur Coffee & Kitchen	4,5
4.	D'Leuwi	4,4
5.	Balong Aja Café	4,3

Sumber: Google Review

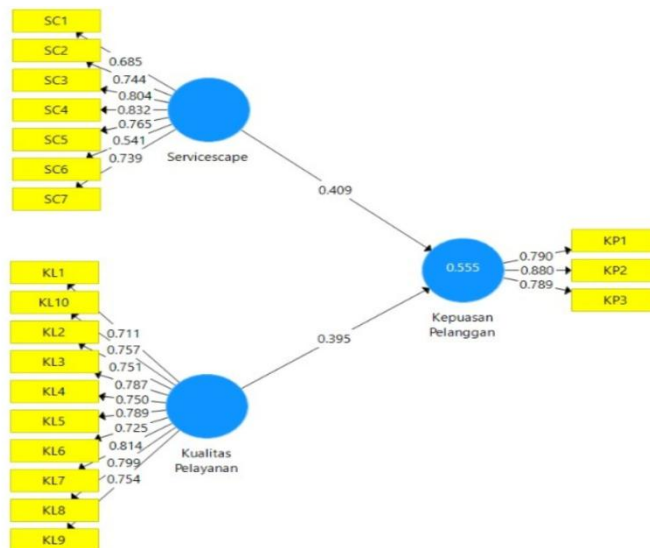
Tabel 1 . 2 Data Keluhan Pelanggan

No	Nama Pelanggan	Keluhan	Waktu
1.	deedpulled	Parkiran ga jelas, tidak ada penanda tempat parkir motor/mobil dan tdk ada garis pembatas parkir, tdk dirawat tdk dipelihara.	Maret 2024
2.	Suci Hilwa	Pelayanan buruk, tidak ramah cuek.	Maret 2024
3.	Jasmine Shafira	Saya heran karena bagian kasirnya tampak kurang menguasai pengetahuan mengenai menu dan harus bertanya ke bagian pembuat minumannya. (Tidak ditraining atau bagaimana ya ini?)	Januari 2024
4.	Nabilah Noviyanti	Service nya lama (katanya lagi crowded).	Januari 2024
5.	Akbar Lintang	Tempat makan gak nyaman sama sekali. Dan tempat duduk dan meja sempit. Kotor. Yg merokok gk d kasih asbak.	Maret 2024

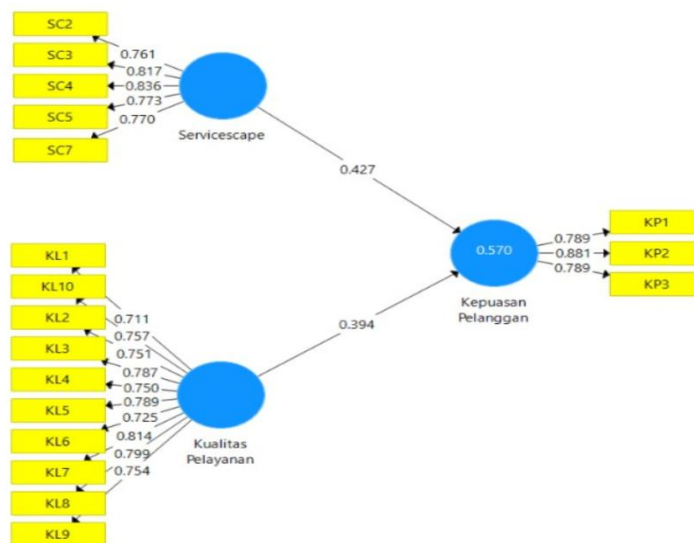
Sumber: Google Review, 2024



2.1 Kerangka Pemikiran



Gambar 4.1 Model Awal PLS



Gambar 4.1 Model PLS

Tabel 4.1. Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Servicescape</i> (X1)	0.627
Kualitas Pelayanan (X2)	0.584
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.674

Tabel 4.2. Hasil Uji *Fornell Larcker Criterion*

Variabel	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan	<i>Servicescape</i>
Kepuasan Pelanggan	0.821		
Kualitas Pelayanan	0.688	0.764	
<i>Servicescape</i>	0.699	0.689	0.792

Tabel 4.3. Hasil Uji *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
<i>Servicescape</i> (X1)	0.894	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.933	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.861	Reliabel

Tabel 4.4. Hasil Uji *Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Servicescape</i> (X1)	0.756	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.921	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.851	Reliabel

Tabel 4.5. Hasil Uji *R-Square*

Variabel	R-Square	Adjusted R-Square
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.570	0.561

Tabel 4.6. Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan Variabel	Path Coefficient	T-Statistics	P-Values
<i>Servicescape</i> -> Kepuasan Pelanggan	0.427	3.307	0.001
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pelanggan	0,394	3.000	0.003