Demokrasi: Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial dan Politik
Vol. 1, No.3 Juli 2024
e-ISSN : 3031-9730, p-ISSN : 3031-9714, Hal 333-347
DOI : https://doi.org/10.62383/demokrasi.v1i3.450
Available Online at: https://journal.appihi.or.id/index.php/Aliansi

Analisis Dampak *Live Music* Dan Atmosfer Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Legi Pait Surakarta

Muhammad Annang Fahmi Roziq[1], Agus Suyatno[2], Esti Dwi Rahmawati[3]
[1-3] Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Ki Mangun Sarkoro No. 20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57135
*Korespondensi Penulis: **202040259@mhs.udb.ac.id***

***Abstract**: This research aims to determine the effect of live music and café atmosphere on customer satisfaction at Legi Pait Food & Coffee Surakarta. This research uses quantitative research methods. The population in this research were customers of Legi Pait Food and Coffee Surakarta and the samples in this research was 67 respondents using simple random sampling. The variables usen in this research are Live Music, Café Atmosphere and Customer Satisfaction. The data used in this research is primary data. The data collection method used was a questionnaire in the form of a Google Form. The result of this research show that live music has a positive and significant effect on customer atisfaction, café atmosphere has a positive and significant effect on customer satisfaction and live music and café atmosphere simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords:** live music, café atmosphere, customer satisfaction, research, coffee*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh live music dan atmosfer kafe terhadap kepuasan pelanggan Kafe Legi Pait Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kafe Legi Pait Surakarta dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 67 responden menggunakan simple random sampling. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Live Music, Atmosfer Kafe dan Kepuasan pelanggan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner berbentuk Google Form. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa live music berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, atmosfer kafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan live music dan atmosfer kafe secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *live music*, atmosfer kafe, kepuasan pelanggan, penelitian, *coffee*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi berpengaruh besar terhadap industri kedai kopi (Roziq et al., 2024). Semakin banyak kedai kopi berdiri, semakin banyak ciri khas kedai kopi itu sendiri. Kedai kopi sudah banyak didirikan oleh para pengusaha kopi di Kota Solo. Kedai kopi yang sudah berdiri di Kota Solo pada 2019 ada 113 (Wibowo & Duhri, 2023). Di Kecamatan Laweyan ada 46 kedai kopi, Kecamatan Serengan ada 8 kedai kopi, Kecamatan Pasar Kliwon ada 3 kedai kopi, Kecamatan Jebres ada 22 kedai kopi, dan Kecamatan Banjarsari ada 24 kedai kopi (Wibowo & Duhri, 2023). Industri kedai kopi sudah merambah ke semua kalangan masyarakat sehingga dalam hal ini menjadikan bisnis kopi menjadi sangat menjamur di Kota Solo. Semakin banyak kedai kopi yang dibuka, semakin ketat juga persaingan antar pengusaha

Received: Juni 12, 2024; Revised: Juni 26, 2024; Accepted: Juli 17, 2024; Online available : Juli 19, 2024
* Muhammad Annang Fahmi Roziq, *202040259@mhs.udb.ac.id*

kopi (Roziq et al., 2024). Salah satu upaya pengusaha untuk menambah ketertarikan konsumen agar di lain waktu berkunjung kembali adalah mengadakan live music (Roziq et al., 2024).

Musik merupakan salah satu media yang dapat membantu untuk meningkatkan mood seseorang dan terbukti mampu mengurangi stres dan kecemasan (Creative, 2019). Jika ingin mendapatkan atmosfer yang nyaman, seseorang dapat menikmati live music sebagai hiburan yang cocok untuk meredam rasa negatif (Creative, 2019).Kita dapat mendengarkan live music dimana saja salah satunya adalah di kedai kopi. Belakangan ini, musik dijadikan sarana untuk mengungkapkan perasaan seseorang. Melihat perilaku konsumen tersebut pengusaha kopi memanfaatkan peluang tersebut sehingga mereka mengundang musisi – musisi lokal untuk bermain musik di kedai mereka(Roziq et al., 2024). Dengan begitu diharapkan dapat menambah kepuasan konsumen saat menghabiskan waktu di kedai kopi.

Selain mengadakan live music para pengusaha kedai kopi juga memperhatikan kepuasan pelanggan melalui atmosfer kafe yang dimiliki (Asmara et al., 2021). Setiap pelanggan berkunjung ke kedai kopi tentunya ingin mendapatkan sebuah ketengan (Dharma & Hawignyo, 2022). Tidak hanya mencari kenyamanan, di era revolusi industri 4.0 ini pelanggan berkunjung ke kedai kopi terutama generasi milenial dan generasi z memiliki kesukaan untuk mengabadikan foto untuk diunggah ke social media pribadi mereka (Wardhana & Sitohang, 2021). Sehingga para pebisnis kedai kopi berlomba-lomba untuk menciptakan atmosfer kafe yang bagus dengan desain yang semenarik mungkin untuk dijadikan spot foto yang estetik (Wardhana & Sitohang, 2021).

Fasilitas live music dan atmosfer kafe yang bagus diharapkan mempunyai kesan yang positif bagi pelanggan. Pemilik kedai kopi tentunya ingin mencapai kepuasan pelanggan yang datang ke outlet yang dimilikinya dan melakukan kunjungan kembali dan merekomendasikan kepada orang lain(Asmara et al., 2021). Atas rekomendasi terebut secara tidak langsung menarik calon pelanggan baru (Asmara et al., 2021). Untuk menghadapi persaingan bisnis di era sekarang maka harus dapat mencapai kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik, suasana tempat yang nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Salah satu kafe yang menyajikan live music adalah Kafe Legi Pait yang beralamat di Jl Pajajaran III, Sumber, Banjarsari, Surakarta, Jawa Tengah. Kafe Legi Pait berdiri sejak tahun 2022. Kafe satu ini menyediakan fasilitas live music untuk tujuan mencapai kepuasan pelanggan yang berkunjung kesana. Selain menyajikan live music atmosfer kafe satu ini unik dengan dekorasi yang kreatif dan nyaman. Tidak heran jika selalu ramai pengunjung di Kafe Legi Pait. Menurut observasi dan wawancara penulis kepada salah satu karyawan Kafe Legi

Pait, diketahui rata-rata pengunjung yang datang diakumulasi sekitar 150 - 200 orang pada waktu akhir pekan. Salah satu ulasan yang didapat dari Google Maps menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap Kafe Legi Pait yang dipengaruhi oleh adanya live music. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul "Pengaruh Live Music Dan Atmosfer Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Legi Pait".

2. KAJIAN TEORITIS

Live Music

Musik adalah seni yang terbentuk dari kumpulan nada dan irama yang ritmis dan harmonis (Tysara, 2021). Menurut Aristoteles, pengertian music adalah curahan kemampuan tenaga penggambaran yang berasal dari gerakan rasa dalam satu rentetan nada yang memiliki irama (Tysara, 2021). Untuk menambah kenyaamanan pelanggan para pengusaha kedai kopi menyediakan fasilitas live music dengan mengundang musisi – musisi lokal. Musik dipercaya dapat menghadirkan kenyamanan dan menstimulasi suasana hati pelanggan (Harya, 2021).Live music adalah sebuah pertunjukan music secara live yang sudah banyak dijumpai di kafe, bar, terutama kedai kopi (Harya, 2021). Live music adalah salah satu daya pikat kafe untuk menarik pengunjung (Sigota, 2013). Musik mampu mempengaruhi suasana hati pendengar dan membentuk respon esmosi yang kemudian akan mempengaruhi orientasi dalam membentuk minat beli dan loyalitas pelanggan (Nurhayati, 2020). Live music dijalankan menggunakan sound system yang menciptakan suasana nyaman dan digunakan sebagai salah satu strategi untuk menarik pelanggan (Nurhayati, 2020). Jadi live music adalah pertunjukan music secara langsung yang diadakan oleh beberapa kafe untuk menarik pengunjung.

Indikator pertunjukan live music antara lain (Minor et al., 2004)

1) Kemampuan musik
2) Fasilitas
3) Penampilan panggung
4) Suara musik
5) Interaksi panggung

Atmosfer Kafe

Atmosfer kafe secara umum diartikan sebagian seluruh elemen fisik dan nonfisik dari perusahaan yang dapat berdampak pada sikap pelanggan terhadap kafe (Francioni et al., 2018). Store atmosphere merupakan ciri khas store dari perpaduan display, arsitektur, layout, pencahayaan, temperature, dan warna dimana secara bersamaan membuat gambaran untuk mempengaruhi customer pada saat proses pembelian dan memberikan kesan menarik (Levy et al., 2013). Atmosfer toko merupakan unsur senjata lain yang dimiliki toko (Mowen & Minor,

2002). Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar di dalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda. Toko harus membentuk suasana terstruktur yang sesuai dengan sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli. Penampilan toko memposisikan toko dalam pikiran konsumen. Sedangkan menurut Berman & Evans (2018), store atmosphere merupakan karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan kesan toko dan menarik pelanggan. Menurut Churchill & Gilbert (2005), atmosfer toko merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. Suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional yang dapat menyebabkan pelanggan melakukan tindakan pembelian. Berdasarkan pengertian di atas, dalam penelitian ini store atmosphere adalah suasana yang berada di tempat usaha atau toko yang menarik perhatian konsumen dengan menggunakan faktor-faktor yang memanjakan konsumen dengan music, pencahayaan, bau, desain, dekorasi dan lainnya (Wardhana & Sitohang, 2021).

Atmosfer kafe terdiri dari beberapa indikator antara lain (Banat & Wandebori, 2012):

1) Kebersihan
2) Layout (tata ruang)
3) Musik
4) Harum ruangan
5) Temperatur
6) Pencahayaan
7) Warna

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut kamus bahasa Indonesia adalah puas,merasa senang terhadap suatu hal. Kepuasan pelanggan merupakan kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang (Andana, 2019). Menurut Tjiptono (2014) kata “kepuasan” atau satisfaction berasal dari bahasa latin “satis” artinya memadai dan “facio” artinya melakukan secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menurut Sunyoto (2015) kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana pelanggan memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila pelanggan merasa puas dengan suatu produk, pelanggan akan terus membeli dan menggunakannya kemudian memberitahu orang lain tentang pengalamannya dengan produk itu (Sasongko, 2021). Kepuasan pelanggan adalah bagian yang bersangkutan dengan penciptaan nilai pelanggan (Sasongko, 2021). Kepuasan pelanggan

adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang difikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Sasongko, 2021).

Menurut Tjiptono (2010), dalam melakukan evaluasi, pelanggan menggunakan harapannya sebagai acuan kepuasan. Faktor – faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan antara lain:

a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika sedang melakukan transaksi.
b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi jasa dari perusahaan lain.
c. Pengalaman dari orang lain yang menceritakan kualitas produk yang telah dibeli oleh pelanggan tersebut.
d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran lainnya yang mempengaruhi persepsi pelanggan.

Indikator kepuasan pelanggan antara lain (Nindya, 2023) :

a. Kualitas produk baik.
b. Kualitas pelayanan baik.
c. Harga sesuai kualitas produk.
d. Pelanggan mudah dalam mengakses produk.

3. HIPOTESIS

Terdapat 2 Hipotesis pada penelitian ini :

H1 : *Live music* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H2 : Atmosfer kafe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

4. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survey dan penggunaan kuesioner sebagai alat utama untuk pengumpulan data. Pendekatan ini didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif, dengan tujuan menjelaskan dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunnakan pendekatan cross-sectional, dimana pengumpulan data dilakukan selama satu periode waktu tertentu, lalu diproses, dianalisis, dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan teknik random sampling untuk memilih sampelnya dan kuantitas sampel yang diambil adalah sebanyak 67 responden yang kemudian diolah menggunakan *software SPSS 25*.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada pengujian *correlation bivariate* antara nilai pada setiap indikator dengan jumlah skor kontruk. Metode ini menggunakan perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel}. r_{tabel}

digunakan pada sig 0,05 dengan jumlah data (n) = 67, df = n-2 yaitu 67-2 = 65 dengan tingkat sig sebesar 0,05 sehingga terdapat r_{tabel} sebesar 0,2404. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya pertanyaan yang digunakan valid begitu juga sebaliknya (Ghozali, 2013). Berikut hasil uji validitasnya:

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Live Music

No	Variabel	Nilai r		Nilai Sig	Keterangan
		Hitung	Tabel		
1	X1.1	0,470	0,2404	0,000	VALID
2	X1.2	0,384	0,2404	0,001	VALID
3	X1.3	0,528	0,2404	0,000	VALID
4	X1.4	0,543	0,2404	0,000	VALID
5	X1.5	0,387	0,2404	0,001	VALID

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 di atas tabel validitas variabel bebas X1 (*Live Music*) pada penelitian ini memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu pada taraf signifikan 5% (a = 0,05) dan n = 67 (df = 67 – 2) maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2404. Maka dapat dilihat r hasil dari masing-masing item > 0,2404 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan variabel X1 (*Live Musi*c) pada penelitian ini dinyatakan valid unuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian dan pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Atmosfer Kafe

No	Variabel	Nilai r		Nilai Sig	Keterangan
		Hitung	Tabel		
1	X2.1	0,401	0,2404	0,001	VALID
2	X2.2	0,434	0,2404	0,000	VALID
3	X2.3	0,474	0,2404	0,000	VALID
4	X2.4	0,569	0,2404	0,000	VALID
5	X2.5	0,451	0,2404	0,000	VALID
6	X2.6	0,356	0,2404	0,003	VALID
7	X2.7	0,493	0,2404	0,000	VALID

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 di atas tabel validitas variabel bebas X2 (Atmosfer Kafe) pada penelitian ini memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu pada taraf signifikan 5% (a = 0,05) dan n = 67 (df = 67 – 2) maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2404. Maka dapat dilihat r hasil dari masing-masing item

> 0,2404 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan variabel X2 (Atmosfer Kafe) pada penelitian ini dinyatakan valid unuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian dan pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Variabel	Nilai r		Nilai Sig	Keterangan
		Hitung	Tabel		
1	Y.1	0,817	0,2404	0,000	VALID
2	Y.2	0,781	0,2404	0,000	VALID
3	Y.3	0,800	0,2404	0,000	VALID
4	Y.4	0,712	0,2404	0,000	VALID
5	X1.5	0,790	0,2404	0,000	VALID

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 di atas tabel validitas variabel bebas Y (Kepuasan Pelanggan) pada penelitian ini memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu pada taraf signifikan 5% (a = 0,05) dan n = 67 (df = 67 – 2) maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2404. Maka dapat dilihat r hasil dari masing-masing item > 0,2404 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan variabel X1 (*Live Musi*c) pada penelitian ini dinyatakan valid unuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian dan pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur.

Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk menguji sejauh mana keakuratan suatu alat ukur untuk dapat digunakan dalam penelitian yang sama. Suatu variabel dikatakan reliabel ketika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,07 (Ghozali, 2011). Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 13:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	*Live Music*	0,622	RELIABEL
2	Atmosfer Kafe	0,659	RELIABEL
3	Kepuasan Pelanggan	0,800	RELIABEL

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Pada tabel 4.11 diatas hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas (*Live Music* dan Atmosfer Kafe) dan terikat (Kepuasan Pelanggan) mempunyai *Cronbach Alpha* yang lebih dari 0,7 sehingga dapat dikatakkan bahwa semua konsep pengukur masing-

masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak untuk digunakan.

Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang baik adalah jika memenuhi persyaratan semua asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolonieritas dan terbebas dari heteroskedestisitas. Dari hasil analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial dan simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel terikat terhadap variabel bebas (Ghozali, 2018). Hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.17 di bawah ini:

Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-23,604	3,995		-5,908	0,000
	Live MusicX1	0,767	0,177	0,359	4,328	0,000
	Atmosfer KafeX2	0,955	0,137	0,577	6,948	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan PelangganY						

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e}$$

$$\mathbf{Y = -23,604 + 0,359\ X_1 + 0,577\ X_2 + e}$$

Pada hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai konstanta mempunyau nilai -23,604 yang bermakna jika *live music* dan atmosfer kafe dianggap 0 (nol) atau diabaikan maka kepuasan pelanggan Kafe Legi Pait turun sebesar 23,604.

2. Nilai 0,359 X_1 berarti, jika *live music* (X_1) meningkat 1 satuan, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,359 satuan dengan asumsi bahwa faktor lainnya dianggap tetap.
3. Nilai 0,577 X_2 berarti, jika atmosfer kafe (X_2) meningkat 1 satuan, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,577 satuan dengan asumsi bahwa faktor lainnya dianggap tetap.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 merupakan perbandingan antara variasi Y yang dijelaskan oleh X_1, X_2 secara bersama-sama dibandingkan dengan variasi total Y. Nilai R *Square* yaitu antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti bahwa kemampuan variabel independent untuk menyimpulkan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai R^2 berdekatan dengan angka satu, menunjukkan variabel bebas dapat menjelaskan hamper seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Berikut ini adalah hasil dari uji determinasi:

Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814[a]	0,662	0,652	1,669
a. Predictors: (Constant), Atmosfer KafeX2, Live MusicX1				

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Pada tabel diatas bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,814 membuktikan hubungan atau korelasi yang kuat antara *live music* dan atmosfer kafe terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai koefisien regresi positif antara variabel dependen dan independent. Nilai *adjusted R square* sebesar 0,652 artinya bahwa secara simultan variabel *live music* dan atmosfer kafe mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 65% dan 35% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar dari penelitian ini.

Uji F

Uji F berguna mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh simultan terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas: jika nilai probabilitas 0,05 maka H_0 diterima. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}

(Ghozali, 2018). Untuk menentukan F_{tabel} dapat dilakukann dengan cara df1 = k – 1 = 2 dan df2 = n – k = 67 – 3 = 64, maka F_{tabel} yang diperoleh ialah sebesar 3,14 dengan tingkat probabilitas 0,05. Dapat dibuktikan hasil analisis diperoleh hasil output sebagai berikut pada tabel 4.16 di bawah ini:

Tabel 4.16 Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349,647	2	174,824	62,755	.000[b]
	Residual	178,293	64	2,786		
	Total	527,940	66			
a. Dependent Variable: Kepuasan PelangganY						
b. Predictors: (Constant), Atmosfer KafeX2, Live MusicX1						

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, uji F diperoleh dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 2.5 maka diperoleh sig sebesar 0,000 dengan F_{hitung} 62,755 dan F_{tabel} 3,14. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (*live music* dan atmosfer kafe) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kafe Legi Pait.

Uji Hipotesis (t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan hipotesis benar. Hipotesis menyatakan hubungan X_1 dan Y adalah positif atau searah. Semakin tinggi nilai X_1 diduga mempengaruhi Y yang semakin besar, demikian juga hubungan X_2 dan Y (Setiaji, 2009).

Uji t ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila sig < probabilitas 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Kemudian jika sig > probabilitas 0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a diterima, hal ini berarti bahwa tidak memiliki pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana diiketahui bahwa rumus t_{tabel} adalah df = n – k dimana n merupakan jumlah responden dan k merupakan jumlah variabel. Maka dari itu, dapat diketahui bahwa df = 67 – 3 = 64 dengan taraf signifikansi 2 sisi 0,05, maka t tabel sebesar 1,997. Berikut ini merupakan hasil uji hipotesis (Uji t):

Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-23,604	3,995		-5,908	0,000
	Live MusicX1	0,767	0,177	0,359	4,328	0,000
	Atmosfer KafeX2	0,955	0,137	0,577	6,948	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan PelangganY						

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Pada tabel hasil uji t di atas didapatkan nilai t dan signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu:

1. Variabel *live music* mempunyai nilai t_{hitung} = 4,328 > t_{tabel} = 1,997 dengan tingkat signifikansi 0,00 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti *live music* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel atmosfer kafe mempunyai nilai t_{hitung} = 6,948 > t_{tabel} = 1,997 dengan tingkat signifikansi 0,00 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya atmosfer kafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

6. PEMBAHASAN

Pengaruh Live Music Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pada penlitian ini menunjukkan bahwa live music berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kafe Legi Pait. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 4,328 > 1,997 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 dan koefisien regresi memiliki nilai positif yaitu 0,359, sehingga hipotesis pertama dapat dibuktikan kebenarannya.

Fakta menunjukkan bahwa responden benar-benar merasakan kepuasan dengan adanya pertunjukan live music yang diberikan oleh Kafe Legi Pait. Ketika pertunjukan live music pelanggan menikmati lagu yang dimainkan bahkan berinteraksi terhadap pengisi live music dengan request lagu dan jamming beberapa lagu. Sehingga secara tidak langsung mendorong pelanggan untuk singgah untuk waktu yang lama dan melakukan repeat order. Hasil penelitian

ini sejalan dengan penelitian dari Asmara et al., (2021) yang berjudul "Pertunjukan Live Music , Customer Experience , Cafe Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction Di Cafe Playgo Kota Sidoarjo" yang menunjukkan bahwa live music juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa live music memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Atmosfer Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa atmosfer kafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar 6,948 > 1,997 dengan nilai signifikansi 0,00 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,577, sehingga hipotesis kedua ini dapat dibuktikan kebenarannya.

Atmosfer kafe berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pandangan pelanggan terhadap atmosfer kafe baik tidaknya akan mempengaruhi mood pelanggan itu sendiri. Atmosfer kafe yang baik akan meningkatkan mood pelanggan sehingga otomatis meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan kepuasan pelanggan akan membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan pasar sehingga profit perusahaan dapat meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Febriani & Ahmad Fadili (2021) yang berjudul "Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Café Patroli Kopi Karawang)" bahwa atmosfer kafe mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian. Atmosfer kafe diukur dari beberapa indikator yaitu Kebersihan, Layout, Musik, Harum Ruangan, Temperatur, Pencahayaan, Warna (Banat & Wandebori, 2012). Dimana berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan jawaban responden pada variabel atmosfer kafe, memberikan pernyataan dengan rata-rata tertinggi yaitu pada indikator warna kafe membangun atmosfer kafe yang baik. Sedangkan rata-rata terendah pada indikator tata ruang dan letak kafe rapi.

7. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan thitung > ttabel, maka Live music (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kafe Legi Pait Surakarta.

2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan thitung > ttabel, maka Atmosfer kafe (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kafe Legi Pait Surakarta.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, dapat diberikan saran sebagai berikut:

Saran bagi perusahaan

1. Kafe Legi Pait dapat memperkaya variasi musik yang disajikan. Beragam genre dan suasana musik dapat menarik minat pelanggan dengan preferensi yang berbeda.
2. Meningkatkan interaksi antara pemain musik dan pelanggan dapat menciptakan pengalaman yang lebih positif. Pemain musik yang ramah dan berkomunikasi dengan baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Penting untuk memantau mood pelanggan secara lebih detail. Observasi langsung terhadap reaksi pelanggan terhadap live music dapat memberikan wawasan lebih lanjut.
4. Tetap menjaga kebersihan kafe agar pelanggan nyaman saat berkunjung ke Kafe Legi Pait.

Saran bagi akademisi

Saran bagi penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini. Karena masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan tujuan agar penelitian selanjutnya mengenai variabel kepuasan pelanggan akan lebih luas dan mendalam.

DAFTAR REFERENSI

Andana, D. A. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan*. Universitas Islam Riau.

Asmara, T., Maruta, A., & Mulyati, A. (2021). *Pertunjukan Live Music , Customer Experience , Cafe Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction Di Cafe Playgo Kota Sidoarjo Tamara Asmara , IGN Anom Maruta , Awin Mulyati Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya , Email : tamara.asmara07@gmail.com Abstract*. *2*(1), 100–107.

Banat, A., & Wandebori, H. (2012). Store Design and Store Atmosphere Effect on Customer Sales Per Visit. *Management and Behavioral Sciences*, 84–89.

Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management: A strategic Approach* (13th ed.). Harlow : Pearson Education.

CHURCHILL, & Gilbert, A. (2005). *Dasar-dasar Riset Pemasaran* (Andrianti, D. K. Yahya, E. Sallim, S. Saat, & W. C. Kristiaji (Eds.)). Jakarta: Erlangga, 2005.

Creative, U. (2019). *Pengaruh Live Music pada Customer Coffee Shop*. https://melipirkepinggiran.home.blog/2019/08/19/pengaruh-live-music-pada-customer-coffee-shop/

Dharma, C. S., & Hawignyo, H. (2022). Analisis Pengaruh Atmosfer Cafe Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coffe pada Masyarakat Karawang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *7*(1), 369. https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.334

Febriani, F., & Ahmad Fadili, D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Café Patroli Kopi Karawang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *4*(3), 368. https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10100

Francioni, B., Savelli, E., & Cioppi, M. (2018). Store satisfaction and store loyalty: The moderating role of store atmosphere. *Journal of Retailing and Consumer Service*.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (7th ed.). Yogyakarta: Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universita Diponogoro.

Harya, H. B. (2021). *Pengaruh Fasilitas Live Music Di Kafe Terhadap Atensi Pelanggan Pengkajian Seni Untuk memenuhi sebagian persyaratan kelulusan program magister pengkajian seni Henrikus Balzano Harya P NIM 1921242412 Program Studi Seni Program Magister 2021 Pengaruh Fasili*.

Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D. (2013). *Retailing Management*. McGraw-Hill Education.

Minor, M., Wagner, T., Brewerton, F. J., & Hausman, A. (2004). Rock on! An elementary model of customer satisfaction with musical performances. *Journal of Service Marketing*.

Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (D. K. Yahya (Ed.); 5th ed.). Erlangga.

Nurhayati, E. (2020). *Klasifikasi Dan Pemanfaatan Musik Sebagai Strategi Pemasaran (Studi Kasus Departement Store Amigo Boyolali)*. http://repository.isi-ska.ac.id/id/eprint/4678%0Ahttp://repository.isi-ska.ac.id/4678/1/NURHAYATI.pdf

Roziq, F., Romadhon, S., & Gunaningrat, R. (2024). *Pandangan Gen Z Terhadap Live Music Yang Menambah Minat Konsumen Coffee Shop Di Kota Solo*. *2*(1).

Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(1), 104–114. https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707

Setiaji, B. (2009). *Jalan Mudah ke Analisis Kuantitatif*.

Sigota. (2013). *Live Music, Mengganggu atau Nggak? – sigota*. https://sigota.wordpress.com/2013/05/25/live-music-mengganggu-atau-nggak/

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Penerbit ANDI Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Penerbit ANDI Yogyakarta.

Tysara, L. (2021). *5 Pengertian Musik, Unsur, Jenis-Jenis, dan Fungsinya*. https://www.liputan6.com/hot/read/4634555/15-pengertian-musik-unsur-jenis-jenis-dan-fungsinya?page=3

Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warkop Benpadang Sidoarjo Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *10*(3), 1–19.

Wibowo, G., & Duhri, M. (2023). *Coffee Shop Menjamur di Solo, Paling Banyak di Laweyan - Solopos.com | Panduan Informasi dan Inspirasi*. https://bisnis.solopos.com/coffee-shop-menjamur-di-solo-paling-banyak-di-laweyan-1558036