

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen
Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya
(Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.81-96)

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya

Herdika Pariansyah¹⁾, Mohammad Suyanto²⁾

^{1,2}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: herdikapar@gmail.com, suyanto@untag-sby.ac.id

Abstrak

Pada analisis ini menguji hubungan antara kualitas produk, persepsi harga, dan suasana café terhadap kepuasan konsumen pada café lini kopi.id surabaya. pada pengumpulan data ini menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan tentang variabel yang sedang diteliti. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan total sampel 100 responden berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23 dan analisis menggunakan linier berganda. Hasil temuan analisis menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), persepsi harga(X2), dan suasana café (X3), memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kata kunci: *Kualitas Produk, Persepsi Harga, Suasana Café, Kepuasan Konsumen*

Abstract

This analysis examines the relationship between product quality, price perception, and café atmosphere on consumer satisfaction in the Surabaya kopi.id line café. In this data collection, a questionnaire was used that contained a statement about the variable being studied. The sampling technique uses purposive sampling with a total sample of 100 respondents based on predetermined criteria. Hypothesis testing in this study was carried out using SPSS version 23 and analysis using multiple lines. The results of the analysis show that product quality (X1), price perception (X2), and café atmosphere (X3), have an influence on consumer satisfaction (Y).

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Café Atmosphere, Consumer Satisfaction*

Pendahuluan

Persaingan bisnis café di Surabaya semakin meningkat menjadikan Persaingan bisnis café di Surabaya menjadi kompetitif. Banyak usaha café yang telah dibuka yang memiliki berbagai ide dan konsep menarik agar dapat memikat dari berbagai kalangan konsumen. Dalam konteks ini kepuasan konsumen sangat penting untuk dapat menentukan keberhasilan pada suatu café. Café adalah usaha bisnis bidang *Food and Beverages* yang menjual makanan dan minuman, namun saat ini banyak café yang hadir dituntut untuk bisa membuat suasana café yang nyaman, dan mempunyai kualitas produk yang baik agar konsumen tertarik untuk berkunjung.

Café Lini Kopi.id merupakan café yang berkonsep Coffee Shop industrial dan minimalis dengan desain bangunan berlantai dua yang didominasi warna ekspose yang saat ini sedang ramai dikunjungi oleh masyarakat Surabaya karena café Lini Kopi.id telah sesuai dengan tren dan gaya hidup masyarakat sekarang khususnya bagi kaum milenial dan generasi Z, menu pada café Lini Kopi.id cukup beragam mulai dari minuman, makanan dan berbagai macam pastry juga tersedia dengan harga yang terjangkau. Tidak hanya menu dan tempat yang menarik café Lini Kopi.id juga menyediakan berbagai fasilitas bagi para pengunjung seperti area parkir yang luas, Toilet, Wifi, ruangan ber AC, outdoor area, dan rooftop area.

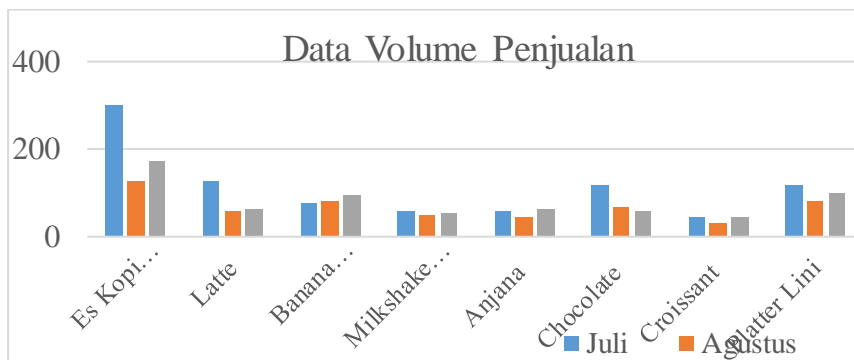
Bentuk usaha yang bisa dilakukan agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen adalah dengan menawarkan kualitas produk terbaik kepada konsumen, sesuai dengan pendapat Kotler & Keller (2016:38) bahwa kualitas produk merupakan berbagai sesuatu yang di berikan dan tawarkan ke pada konsumen guna memenuhi apa yang diharapkan konsumen. Dan persepsi dari para konsumen memiliki kaitan dengan bagaimana para konsumen memberikan penilaian terhadap suatu hal. Persepsi harga merupakan suatu penilaian seseorang pada suatu harga yang ada pada suatu produk atau jasa (Hasan & Hamid, 2020). Suasana café memiliki peran penting dalam usaha bisnis café untuk menarik perhatian para konsumen, banyak konsumen yang tertarik datang dan puas Ketika merasa nyaman dengan suasana café tersebut.

Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana Café dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, banyak para kosumen saat ini lebih memperhatikan dan mempertimbangkan

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya
 (Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto, 2025)

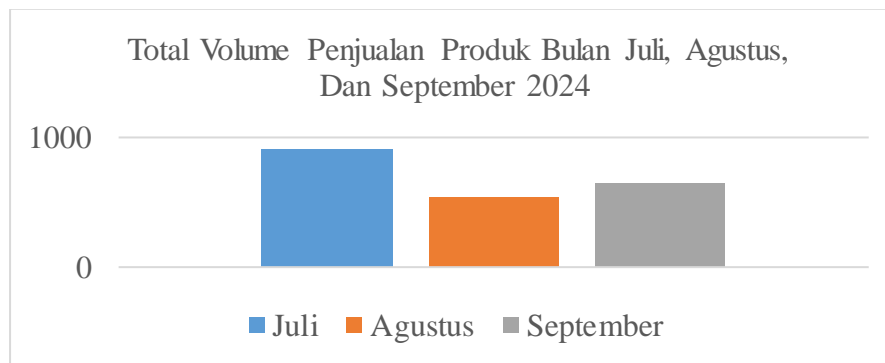
TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.81-96)

ke tiga hal tersebut sebelum memilih dan mengunjungi sebuah café. Sehingga hal tersebut perlu diperhatikan apabila ingin mencapai sebuah kepuasan konsumen. Pada grafik dibawah ini menunjukkan volume penjualan produk pada Café Lini Kopi.id Surabaya.



Gambar 1 Grafik Data Volume Penjualan

Sumber : Data olahan peneliti



Gambar 2 Grafik Total Volume Penjualan

Sumber : data olahan peneliti

Pada data grafik diatas menunjukkan bahwa café lini kopi.id masih banyak diminati dan dikunjungi oleh para konsumen café lini kopi.id. hal ini menunjukkan bahwa café lini kopi.id mampu bersaing dengan para competitor lainnya, karena café lini kopi,id dapat memberikan apa yang diharapkan oleh para konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen
Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya

Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen
Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya
(Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.81-96)

Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis

Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran merupakan bentuk seni dan ilmu dalam mempertahankan serta meningkatkan konsumen dalam memilih pasar sasaran serta menciptakan sebuah nilai konsumen yang unggul (Kotler & Keller, 2021:3).

Kualitas Produk

Kualitas Produk menurut Nugroho et al (2023) kualitas produk merupakan kemampuann produk dalam memuaskan harapan konsumen. Indikator kualitas produk menurut Tjiptono & Chandra (2019:136) sebagai Berikut : kinerja, daya tahan, fitur, reliabilitas, estetika, kesan kualitas, Kesesuaian, dan Kemampuan layanan.

Persepsi Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus di bayarkan atas produk dan jasa, selain itu harga merupakan jumlah atas nilai yang diberikan kepada konsumen dengan tujuan mendapatkan manfaat (Rahellea & Rianto, 2023). Indikator Persepsi harga menurut Kotler & Amstrong (2016) meliputi : Keterjangkauann, Harga sesuai atas kualitas sebuah produk, Harga yang bersaing, Harga yang diberikan sebanding atas kepuasan yang didapatkan.

Suasana Café

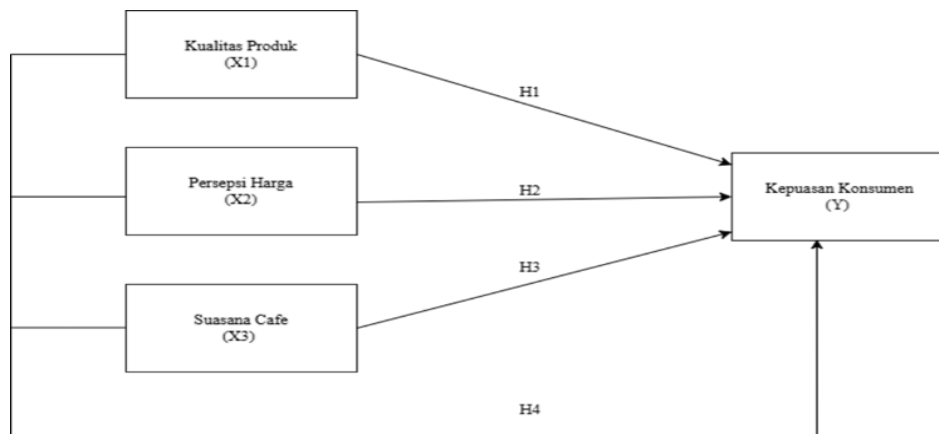
Suasana café adalah faktor yang dapat menunjang usaha, karena suasana yang berada dalam café bisa membuat konsumen mendapatkan rasa yang berbeda pada tiap – tiap café yang di datangi (Antari et al, 2022). Hussain & Ali (2015) menyatakan bahwa

suasana toko memiliki beberapa indikator diantaranya: kebersihan, musik, bau, suhu, pencahayaan , warna , tata letak.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen adalah bentuk ungkapan rasa seseorang atas puas maupun tidak pada suatu produk. Indikator kepuasan pelanggan menurut Oktavian & Soliha (2022) sebagai berikut : perasaan puas, membeli produk kembali, bersedia merekomendasikan pada orang lain, harapan konsumen terpenuhi setelah membeli produk

Hipotesis Penelitian



Gambar 3 Kerangka Konseptual

Bersumber pada analisis latar belakang masalah dan tinjauan Pustaka, hipotesis penelitian ini adalah :

- H1 : Diduga Kualitas Produk Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen pada Café Lini Kopi.id Surabaya
- H2 : Diduga Persepsi Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Lini Kopi.id Surabaya
- H3 : Diduga Suasana Café Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Lini Kopi.id Surabaya
- H4 : Diduga Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana Café Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Lini Kopi.id Surabaya

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Lini Kopi.id Surabaya (Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.81-96)

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini berupa pengujian hipotesis, guna menentukan hubungan antar variabel yaitu pengaruh kualitas Produk, Persepsi Harga, Suasana Terhadap Kepuasan Kosumen Café Lini Kopi.id Surabaya. pendekatan kuantitatif digunakan dalam pengumpulan data. Yang menjadi pouplasinya adalah konsumen Café Lini Kopi.id cara mengumpulkan datanya adalah degan cara mengguakan kuisioner dengan pilihan jawaban menggunakan skala *likert*. Pada penelitian ini total sampel sebanyak 100 yang didapatkan dengan menggunakan *Purposive sampling*. Dan analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1 Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Produk	X1.1	0.802	0.197	0.000	Valid
	X1.2	0.735	0.197	0.000	Valid
	X1.3	0.691	0.197	0.000	Valid
	X1.4	0.727	0.197	0.000	Valid
	X1.5	0.785	0.197	0.000	Valid
	X1.6	0.781	0.197	0.000	Valid
	X1.7	0.788	0.197	0.000	Valid

	X1.8	0.719	0.197	0.000	Valid
Persepsi Harga	X2.1	0.839	0.197	0.000	Valid
	X2.2	0.887	0.197	0.000	Valid
	X2.3	0.833	0.197	0.000	Valid
	X2.4	0.879	0.197	0.000	Valid
Suasana Cafe	X3.1	0.772	0.197	0.000	Valid
	X3.2	0.770	0.197	0.000	Valid
	X3.3	0.844	0.197	0.000	Valid
	X3.4	0.810	0.197	0.000	Valid
	X1.5	0.861	0.197	0.000	Valid
	X1.6	0.853	0.197	0.000	Valid
	X1.7	0.806	0.197	0.000	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1	0.826	0.197	0.000	Valid
	Y2	0.871	0.197	0.000	Valid
	Y3	0.857	0.197	0.000	Valid
	Y4	0.837	0.197	0.000	Valid

Sumber : Olahan data SPSS 2024

Pada hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas produk, persepsi harga, suasana café dan kepuasan konsumen memiliki nilai signifikan $< 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa pernyataan tiap pernyataan pada variabel dapat digunakan didalam penelitian.

Tabel 2 Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Nilai Perhitungan Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha (α)	Keterangan
Kualitas Produk	0.891	0,60	Reliabel

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya
 (Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.81-96)

Persepsi Harga	0.881	0,60	Reliabel
Suasana Café	0.916	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.867	0,60	Reliabel

Sumber : Olahan data SPSS 2024

Dari tabel uji reliabilitas menunjukkan tiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha (a)* > 0,60 sehingga instrument pada penelitian dapat dikatakan reliabel. Dan variabel kualitas produk, persepsi harga, suasana café, dan kepuasan konsumen mempunyai tingkat keandalan yang baik maka bisa digunakan di dalam penelitian.

Tabel 3 Uji Normalitas One- Sample Kolmogrov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.42363133	
Most Extreme Differences	Absolute	.080	
	Positive	.067	
	Negative	-.080	
Test Statistic			.080
Asymp. Sig. (2-tailed)			.113 ^c
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Sumber : Olahan data SPSS 2024

Hasil uji diatas menunjukkan bahwa hasil Kolomogrov Smirnov bernilai 0,80 dan nilai Asymp Sig. 0,113 menunjukkan bahwa data tersebut memiliki distribusi normal sehingga bisa digunakan didalam penelitian.

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen
 Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya
 (Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.81-96)

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

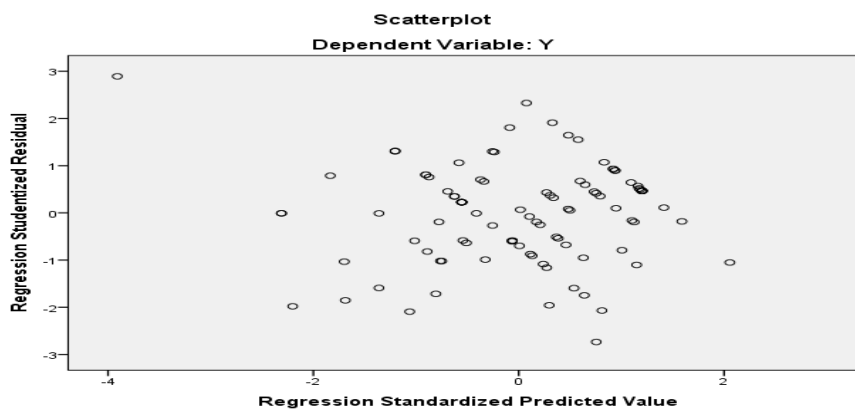
Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.272	3.680
	Persepsi Harga	.358	2.796
	Suasana Café	.358	2.791

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Olahan data SPSS 2024

Pada hasil tabel data tersebut diketahui bahwa nilai tolerance pada semua variabel terikat lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga tidak ada terjadi gejala multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1 Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Olahan data SPSS 2024

Pada hasil uji diatas menunjukkan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas karena titik memiliki persebaran yang acak dan tidak berpola lalu titik tersebut persebarannya diatas dan dibawah angka pada sumbu Y. sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi layak untuk digunakan.

Tabel 5 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	t	sig.
		B	Std. Error	Beta		
	Constant	1.184	1.028		1.151	.252
	kualitas Produk	.425	.058	.746	7.390	.000
	Persepsi Harga	.410	.082	.440	4.999	.000
	Suasana Café	.267	.049	.484	5.501	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber : Olahan data SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji tersebut memperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 1,184 + 0,425X_1 + 0,410X_2 + 0,267X_3 + e$$

Konstanta bernilai 1,184 yang menunjukkan jika variabel kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), dan suasana café (X3), bernilai 0, maka nilai kepuasan konsumen yaitu sebesar 1,184. Nilai koefisien beta variabel kualitas produk bernilai 0,425 Hal ini menunjukkan jika variabel (X1) mengalami penambahan sebesar 1 satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,425 satuan apabila faktor yang lain tetap. Nilai koefisien beta variabel persepsi harga bernilai 0,410 Hal ini menunjukkan jika variabel (X2) mengalami penambahan 1 satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,410 satuan apabila faktor yang lain tetap. Nilai koefisien beta

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen
 Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya
 (Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.81-96)

suasana café bernilai 0,267, Hal ini menunjukkan jika variabel (X3) mengalami penambahan 1 satuan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,267 satuan apabila faktor yang lain tetap.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.726	1.288
a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Persepsi Harga Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber : Olahan data SPSS 2024

Nilai Adjusted Square sebesar 0,726 atau 72,6% , menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), dan suasana café (X3) mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 72,6% dan 27,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 7 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	1.184	1.028		.151	.252
	Kualitas Produk	.425	.058	.746	7.390	.000
	Persepsi Harga	.410	.082	.440	4.999	.000
	Suasana Café	.267	.049	.484	5.501	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber : Olahan data SPSS 2024

Pada tabel tersebut dapat diketahui signifikansi kualitas produk (X1) yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t sebesar $7,390 > t$ tabel $1,984$ dengan demikian disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, diketahui signifikansi Persepsi Harga (X2) yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t sebesar $4,999 > t$ tabel $1,984$ dengan demikian disimpulkan bahwa variabel Persepsi Harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, diketahui signifikansi Suasana Cafe (X3) yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t sebesar $5,501 > t$ tabel $1,984$ dengan demikian disimpulkan bahwa variabel Suasana Cafe (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,

Tabel 8 Hasil Uji F

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.184	1.028		1.151	.252
	Kualitas Produk	.425	.058	.746	7.390	.000

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Lini Kopi.id Surabaya
 (Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.81-96)

Persepsi Harga	.410	.082	.440	4.999	.000
Suasana Café	.267	.049	.484	5.501	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber : Olahan data SPSS 2024

Hasil uji tersebut menunjukkan nilai F hitung sebesar $88,308 > 2,70$ dan nilai signifakansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan Hasil Temuan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Lini Kopi.id Surabaya

Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada café lini kopi.id Surabaya, sehingga hipotesis satu dapat diterima temuan ini didukung oleh penelitian Ummah & Wijayanti (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Lini Kopi.id Surabaya

Persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada café lini kopi.id Surabaya, sehingga hipotesis dua dapat diterima. Hasil temuan ini didukung oleh penelitian (Oktavian & Soliha, 2022) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Lini Kopi.id

Surabaya

Suasana café memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada café lini kopi.id Surabaya, sehingga hipotesis dua dapat diterima. Hasil temuan ini didukung oleh penelitian Rooroh et al., (2020) yang menyatakan bahwa suasana café berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Lini Kopi.id Surabaya

Variabel kualitas produk, persepsi harga, dan suasana café secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel kepuasan konsumen café lini kopi.id surabaya.

Kesimpulan

1. Didalam penelitian dinyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen café lini kopi.id Surabaya. Dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Didalam penelitian dinyatakan bahwa persepsi Harga memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen café lini kopi.id Surabaya. Dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Didalam penelitian dinyatakan bahwa suasana Café memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen café lini kopi.id Surabaya. Dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Didalam penelitian dinyatakan bahwa kualitas produk, persepsi harga, suasana café secara Bersama-sama berpengaruh pada kepuasan konsumen. dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$
5. Dari ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh dominan pada kepuasan konsumen café lini kopi.id adalah variabel kualitas produk (X1).

Daftar Pustaka

Antari, N., Anggraini, N., & Ribek, P. (2022). Pengaruh Promosi, Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar. *Jurnal EMAS*, 3(11), 40–48.

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen
Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya
(Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.81-96)

- Hasan, A., & Hamid, A. N. (2020). Analisis Persepsi Harga, Suasana Cafe dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Zero Cafe Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 4(2), 271–283.
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 35–43. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n2p35>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Manajemen Pemasaran* (B. Sabran, Trans.). Salemba Empat.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (D. Kurnia, Trans.). Penerbit Andi.
- Nugroho, M. I., Damara, R., & Sanjaya, V. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone: Studi Kasus Mahasiswa Uin Raden Intan Bandar Lampung. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 35–44.
- Oktavian, B., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Dewan Kopi Pati). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 167–183.
- Rahellea, S. L., & Rianto, M. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Nako. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(1), 63–73. <https://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1782>
- Rooroh, C. A. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. J. R. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado) The Influence Of Cafe Atmosphere, Service Quality And Price On Customer Satisfaction (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA*, 8(4), 130–139.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service quality & customer satisfaction*. Andi.
- Ummah, N., & Wijayanti, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Madani Bumdes Rambipuji. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 174–183.

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen
Pada Café Lini Kopi.Id Surabaya

Herdika Pariansyah, Mohammad Suyanto