

ANALISIS PENGARUH AMBIANCE DAN KUALITAS MENU TERHADAP PREFERENSI PELANGGAN DI BARKODE RICE BOWL & GRILL

Teuku Mohammad Hafiz¹, Amirudin², Donald Frensus Pasaribu³

teukumuhammadhafiz@gmail.com¹, donald@utnd.ac.id³

Universitas Tjut Nyak Dhien

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Ambiance (suasana kafe) dan Kualitas Menu terhadap Preferensi Pelanggan di *Barkode Rice Bowl & Grill* Medan. Penelitian ini dilakukan pada kafe yang berlokasi di Jalan K.H. Wahid Hasyim, Medan, yang merupakan salah satu kawasan kuliner strategis di Kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke *Barkode Rice Bowl & Grill* selama periode penelitian dengan jumlah 135 orang. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling, dan diperoleh sebanyak 101 responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket dengan skala Likert. Metode analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) yang diolah menggunakan SPSS versi 27. Hasil regresi menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} *ambiance* sebesar $3,036 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *ambiance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pelanggan. Nilai t_{hitung} kualitas menu sebesar $8,640 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan $< 0,001 < 0,05$, yang berarti kualitas menu juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pelanggan. Nilai $R Square$ sebesar 0,515 (51,5%), menunjukkan bahwa variasi preferensi pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *ambiance* dan kualitas menu, sedangkan sisanya sebesar 48,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini seperti harga, pelayanan, dan promosi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik *ambiance* kafe yang diciptakan dan semakin tinggi kualitas menu yang ditawarkan, maka semakin besar pula preferensi pelanggan untuk berkunjung dan melakukan pembelian ulang di *Barkode Rice Bowl & Grill*.

Kata Kunci: *Ambiance*, Kualitas Menu, Preferensi Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of Ambiance (café atmosphere) and Menu Quality on Customer Preference at *Barkode Rice Bowl & Grill* Medan. This research was conducted at a café located on K.H. Wahid Hasyim Street, Medan, one of the strategic culinary areas in the city. The population in this study consisted of all customers who visited *Barkode Rice Bowl & Grill* during the research period, totaling 135 people. The sampling method used was non-probability sampling with a purposive sampling technique, resulting in 101 respondents. The research instrument used was a questionnaire with a Likert scale. Data analysis methods included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2), processed using SPSS version 27. The regression results show that the t-value of *ambiance* is $3.036 > t\text{-table } 1.660$ with a significance value of $0.003 < 0.05$, indicating that *ambiance* has a positive and significant effect on customer preference. The t-value of menu quality is $8.640 > t\text{-table } 1.660$ with a significance value of $< 0.001 < 0.05$, indicating that menu quality also has a positive and significant effect on customer preference. The $R Square$ value is 0.515 (51.5%), meaning that the variation in customer preference can be explained by the variables of *ambiance* and menu quality, while the remaining 48.5% is explained by other factors outside this study such as price, service, and promotion. Thus, it can be concluded that the better the café *ambiance* created and the higher the menu quality offered, the greater the customer preference to visit and make repeat purchases at *Barkode Rice Bowl & Grill*.

Keywords: *Ambiance*, Menu Quality, Customer Preference.

PENDAHULUAN

Bisnis makanan saat ini dinilai sebagai salah satu jenis usaha yang cukup menjanjikan, cafe hampir bisa ditemui di segala tempat di seluruh pelosok Indonesia. Munculnya cafe dengan berbagai konsep yang menarik dan didukung sajian bervariasi makanan dan minuman yang unik membuat eksistensi tempat ini semakin digemari oleh para kaum milenial. Tidak dapat dipungkiri bahwa menjamurnya tempat bersantai segala golongan seperti cafe juga merambah kota Medan dimana orang-orang dapat duduk santai sejenak untuk menghabiskan waktu luangnya berkumpul bersama teman kerja atau teman sebaya.

Perkembangan usaha restoran di Indonesia pada tahun 2024 menunjukkan tren positif dengan pertumbuhan signifikan dalam jumlah usaha, tenaga kerja, dan nilai penjualan. Industri makanan dan minuman (F&B) secara umum, termasuk restoran, menjadi salah satu penggerak utama ekonomi kreatif Indonesia, dengan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

Jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman (termasuk restoran) meningkat dari 4,01 juta usaha pada tahun 2016 menjadi 4,85 juta usaha pada tahun 2023, atau meningkat sekitar 21,13% dari data Badan Pusat Statistik Indonesia.

Seiring dengan arus pertumbuhan cafe di kota Medan, para pemilik usaha/pebisnis kafe dituntut untuk menghadirkan keunikan pada usaha mereka agar dapat ikut bersaing secara kompetitif dalam pasar ini sehingga dapat menarik minat beli konsumen untuk dapat berkunjung pada cafe mereka. Pada umumnya cafe yang ada di kota Medan menawarkan ragam jenis produk makanan dan minuman, tampilan dan harga yang relatif sama, jadi harga tidak menjadi hal yang terlalu dipertimbangkan konsumen dalam memilih cafe. Oleh karenanya untuk menarik minat konsumen dan kelompok umur, pengelola bisnis cafe dituntut untuk menciptakan keunggulan atau suatu yang unik serta menarik, diantaranya dalam hal menciptakan suasana cafe yang nyaman dan kualitas produk supaya dapat bersaing antar sesama pasar.

Dalam konteks ini, Barkode Rice Bowl & Grill yang terletak dikawasan strategis yang menjadi salah satu pusat kuliner dan oleh-oleh di Jl. K.H. Wahid Hasyim Medan, menjadi salah satu destinasi populer bagi berbagai kalangan. Namun, dengan semakin banyaknya kompetitor di industri ini, penting bagi Barkode Rice Bowl & Grill untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pelanggan agar dapat tetap bersaing. Pada Table 1 ini menyajikan daftar kafe/restoran yang berada di Jl. K.H. Wahid Hasyim Medan

Tabel 1. Cafe/Restoran di Daerah Jl. K.H. Wahid Hasyim Medan Tahun 2025

No.	Nama Cafe	Tahun Berdiri
1	Metropawlllys	2021
2	Cold'N Brew	2023
3	Cassa Caffé	2023
4	Me& Coffe Works	2020
5	Porto Eatery	2024
6	Warung ijo	2022
7	Kodagu	2023
8	Habitat Coffee	2023
9	Baiduri	2021
10	Dora Pizzeria	2024
11	Jumpa Kawan Café	2016
12	Sushi Tei	2025
13	Restoran Basamo	2023
14	Coffee Box	2024

15	Mades (Masakan desa)	2016
----	----------------------	------

Barkode Rice Bowl & Grill ini berdiri pada tahun 2022 dan sebelumnya bernama Bojack Cafe. Barkode Rice Bowl & Grill ini memiliki 3 cabang outlet, yang pertama di Jl. K.H. Wahid Hasyim, yang kedua di Jl. Pasar Baru Padang Bulan, yang ketiga di Jl. Jamin Ginting Pertokoan Pajus Karona.

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh Barkode Rice Bowl & Grill adalah bagaimana menciptakan pengalaman yang menarik bagi pelanggan di tengah banyaknya pilihan yang tersedia. Dua elemen kunci yang berkontribusi terhadap pengalaman tersebut adalah *ambiance* dan kualitas menu.

Ambiance dapat memberikan kenyamanan pada konsumen, kemungkinan hal ini akan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Suasana kafe yang baik juga akan memberikan citra kafe yang baik pula dalam sebuah bisnis. Ambiance memiliki indikator yang berpengaruh terhadap suasana yang ingin diciptakan elemen-elemen itu sendiri. Adapun beberapa indikator itu antara lain: kebersihan, pencahayaan, musik, aroma, dan suhu ruangan. Berdasarkan beberapa penjelasan yang diuraikan di atas dapat disimpulkan pengertian dari suasana kafe adalah seluruh aspek baik itu aspek visual maupun aspek non-visual yang sengaja ditonjolkan untuk merangsang indra konsumen untuk melakukan pembelian di suatu kafe. Dalam hal ini ditemukannya kendala di Barkode Rice Bowl & Grill, yaitu Aroma ruangan yang kurang optimal berpotensi mengganggu pengalaman sensorik pelanggan, sehingga dapat menimbulkan kesan negatif terhadap suasana kafe. Selain itu, suhu ruangan yang tidak stabil, baik terlalu panas maupun terlalu dingin, dapat menurunkan kenyamanan konsumen selama berkunjung dan memengaruhi kepuasan mereka secara keseluruhan. Dengan demikian, pengelolaan *ambiance* yang baik menjadi sangat krusial untuk menciptakan kenyamanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas Menu/Produk merupakan Kesesuaian antara karakteristik produk dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, yang mencakup aspek rasa, tampilan, kebersihan, dan daya tahan produk. Produk berkualitas menciptakan kepercayaan konsumen karena memenuhi atribut fungsional dan emosional dalam penggunaan. Dalam hal ini ditemukannya kendala di Barkode Rice Bowl & Grill, yaitu Variasi atau pilihan menu pada Barkode Rice Bowl & Grill dinilai masih kurang beragam, sehingga keterbatasan dalam pilihan makanan dan minuman dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas menu secara keseluruhan. Kondisi ini berpotensi menurunkan daya tarik kafe, mengurangi kepuasan pelanggan, serta melemahkan loyalitas konsumen.

Preferensi pelanggan merujuk pada kecenderungan atau pilihan yang dimiliki oleh konsumen terhadap produk atau layanan tertentu. Preferensi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebutuhan, keinginan, nilai-nilai, dan pengalaman sebelumnya. Memahami preferensi pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk dapat merancang strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian tentang pengaruh *ambiance* dan kualitas menu terhadap preferensi pelanggan menjadi sangat penting karena dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan.

Dengan mengetahui preferensi pelanggan, Barkode Rice Bowl & Grill dapat mengadaptasi strategi pemasaran dan operasional untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kunjungan ulang.

Selain itu, penelitian ini juga relevan dalam konteks manajemen bisnis, di mana pemahaman tentang elemen-elemen yang memengaruhi kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk merancang pengalaman yang lebih baik dan lebih berkesan. Dengan

demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi Barkode Rice Bowl & Grill, tetapi juga dapat menjadi referensi bagi pemilik cafe lain dalam mengelola bisnis mereka.

Dengan latar belakang ini, peneliti mengangkat judul “Analisis Pengaruh Ambiance dan Kualitas Menu Terhadap Preferensi Pelanggan di Barkode Rice Bowl & Grill”. Hasil judul penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan daya tarik cafe dan memenuhi harapan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilaksanakan di Barkode Rice Bowl & Grill, Jl. K.H. Wahid Hasyim Medan, mulai November 2024 hingga penelitian selesai. Populasi penelitian adalah pelanggan Barkode Rice Bowl & Grill yang berjumlah 135 orang, sedangkan sampel ditentukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, seperti berdomisili di Medan, berusia 18 tahun ke atas, pernah berkunjung dalam 1–2 minggu terakhir, dan telah melakukan pembelian minimal dua kali. Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, diperoleh sampel sebanyak 101 responden. Penelitian menggunakan tiga variabel, yaitu Ambiance (X1) dan Kualitas Menu (X2) sebagai variabel bebas, serta Preferensi Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Pengumpulan data menggunakan skala Likert dengan pilihan jawaban dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Indikator preferensi pelanggan meliputi kualitas produk, harga, citra merek, kepuasan konsumen, serta loyalitas dan keinginan membeli ulang. Variabel *ambiance* meliputi kebersihan, musik, aroma ruangan, suhu, dan pencahayaan, sedangkan kualitas menu meliputi rasa dan konsistensi cita rasa, keanekaragaman dan inovasi menu, penyajian dan estetika, kebersihan dan keamanan makanan, serta nilai gizi dan kandungan menu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

1. Tingkat Pengembalian Kuisioner

Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai alat ukur variabel penelitian. Kuisioner diberikan kepada pelanggan barkode ricebowl & grill sebagai responden dari penelitian ini. Kuisioner disebar berjumlah 101 sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Adapun tingkat pengembalian kuisioner tersebut disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2. Tingkat Pengembalian Kuisioner

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuisioner yang disebar	101	100%
Kuisioner yang tidak kembali	0	0%
Kuisioner yang dikembalikan tapi tidak dapat dioalah	0	0%
Kuisioner yang kembali dan dapat diolah	101	100%

Dapat dilihat dari tabel 2 diatas, bahwa kuisioner yang kembali kepada peneliti sesuai dengan jumlah kuisioner yang disebar kepada responden yaitu berjumlah 101 kuisioner dengan persentase 100%.

2. Deskriptif Responden

Kuisioner penelitian diberikan kepada setiap responden yang masing-masing responden tersebut memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain, diantaranya berdasarkan usia, jenis kelamin dan lama bekerja. Karakteristik responden tersebut lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Laki-laki	40	39.6	39.6
	Perempuan	61	60.4	60.4
	Total	101	100.0	100.0

Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Berdasarkan data pada Tabel 3, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kelompok dengan menunjukkan distribusi jenis kelamin dari 101 responden. Mayoritas responden (60.4%) adalah perempuan, sedangkan (39,6%) adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Usia

Usia				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	18 -27 tahun	71	70.3	70.3
	28 - 37 tahun	24	23.8	23.8
	> 38 tahun	6	5.9	5.9
	Total	101	100.0	100.0

Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Dari tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa, Mayoritas responden (70.3%) berusia muda, yaitu antara 18 hingga 27 tahun. Kelompok usia 18 – 27 tahun adalah yang paling dominan dalam sampel penelitian ini. Distribusi usia menunjukkan kecenderungan responden yang lebih muda mendominasi data. Kolom "Percent" dan "Valid Percent" menunjukkan nilai yang sama, mengindikasikan tidak adanya data yang hilang atau tidak valid untuk variabel usia.

3. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas Data

Untuk menguji validitas, penulis menggunakan analisis dengan SPSS versi 27. Untuk tingkat validitas digunakan uji signifikansi dengan membandingkan r hitung dengan r tabel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Ambiance (X1)	P1	0,855	0,193	Valid
	P2	0,563	0,193	Valid
	P3	0,889	0,193	Valid
	P4	0,831	0,193	Valid
	P5	0,815	0,193	Valid
Kualitas Menu (X2)	P1	0,669	0,193	Valid
	P2	0,757	0,193	Valid
	P3	0,869	0,193	Valid
	P4	0,748	0,193	Valid
	P5	0,817	0,193	Valid
Preferensi Pelanggan (Y)	P1	0,630	0,193	Valid
	P2	0,737	0,193	Valid
	P3	0,916	0,193	Valid
	P4	0,897	0,193	Valid
	P5	0,923	0,193	Valid

Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Hasil uji validitas untuk tiga variabel: Ambiance (X_1), Kualitas Menu (X_2), dan Preferensi Pelanggan (Y), masing-masing dengan lima pernyataan (P1–P5). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel sebesar 0,193. Hasilnya, seluruh nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Data

Setelah pengujian validitas, langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas instrumen untuk memastikan konsistensi pengukuran pada setiap variabel. Koefisien Cronbach's Alpha digunakan sebagai indikator reliabilitas internal. Dengan nilai di atas 0,60 umumnya dianggap dapat diterima. Hasil perhitungan Cronbach's Alpha untuk setiap variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Item	Keterangan
<i>Ambiance</i>	0,825	5	Reliabel
Kualitas Menu	0,810	5	Reliabel
Preferensi Pelanggan	0,862	5	Reliabel

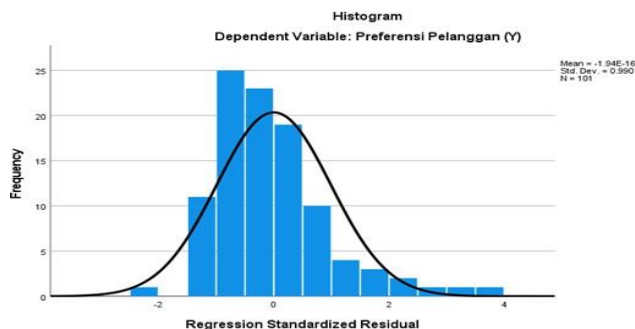
Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu Ambiance (0,825), Kualitas Menu (0,810), dan Preferensi Pelanggan (0,862). Karena semua nilai melebihi batas minimum, maka ketiga variabel dinyatakan reliabel. Artinya, instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel-variabel tersebut dalam penelitian.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode histogram sebagai berikut:



Gambar 1. Histogram Uji Normalitas

Gambar histogram menunjukkan distribusi residual terstandarisasi dari variabel dependen Preferensi Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil pengamatan, bentuk histogram tampak menyerupai kurva lonceng (bell-shaped curve) yang menunjukkan pola distribusi normal. Sebagian besar nilai residual terpusat di sekitar nilai nol, dengan frekuensi yang menurun secara simetris ke arah kanan dan kiri. Nilai mean residual sebesar $-1,94E-16$ dan standar deviasi sebesar 0,990 menunjukkan bahwa residual telah distandardisasi dengan baik dan tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari nilai rata-rata nol.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan histogram, residual dalam model regresi berdistribusi normal. Hal ini mengindikasikan bahwa asumsi normalitas terpenuhi dari sisi distribusi frekuensi residual.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dimaksudkan untuk mencari tahu dalam suatu model apakah dalam regresi ditemukan adanya hubungan antara masing-masing variabel bebas. Regresi yang baik adalah tidak saling korelasi antara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas).

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.134	1.797		2.857	0.005		
	Ambiance (X1)	0.221	0.073	0.221	3.036	0.003	0.934	1.070
	Kualitas Menu (X2)	0.562	0.065	0.629	8.640	0.000	0.934	1.070

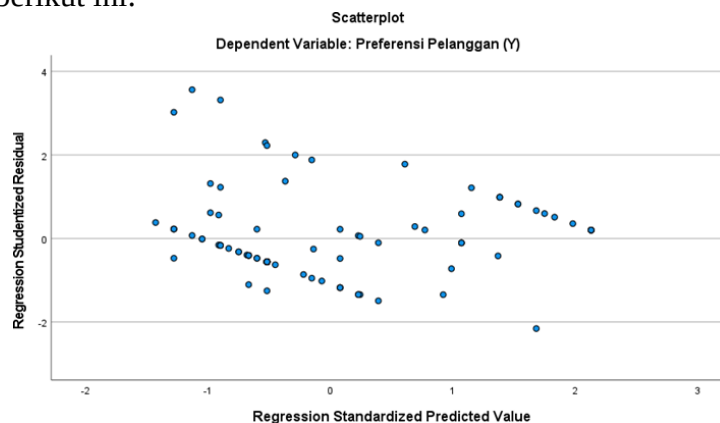
a. Dependent Variable: Preferensi Pelanggan (Y)

Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Dari tabel di atas, nilai tolerance untuk kedua variabel adalah 0,934 dan nilai VIF 1,070. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel Ambiance dan Kualitas Menu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah multikolinearitas, sehingga masing-masing variabel independen dapat digunakan secara sah dalam analisis regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan grafik dan analisis statistik berupa uji scatterplot. Melalui analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas tersebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y seperti terlihat pada gambar di berikut ini:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Berdasarkan scatterplot, titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah angka nol tanpa membentuk pola tertentu yang jelas. Ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga asumsi klasik regresi mengenai varians residual yang konstan (homoskedastisitas) telah terpenuhi.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen yaitu pengaruh Ambiance dan Kualitas Menu terhadap variable dependen Preferensi Pelanggan di Barkode Ricebowl & Grill . Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 27 yang memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.134	1.797		2.857	0.005
	Ambiance (X1)	0.221	0.073	0.221	3.036	0.003
	Kualitas Menu (X2)	0.562	0.065	0.629	8.640	< 0.001

a. Dependent Variable: Preferensi Pelanggan (Y)

Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Hasil uji regresi linear berganda untuk melihat pengaruh variable Ambiance dan Kualitas Menu terhadap Preferensi Pelanggan. Berdasarkan tabel, variabel Ambiance memiliki koefisien regresi sebesar 0,221 dengan nilai signifikansi 0,003, yang berarti berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Pelanggan. Sementara itu, variabel Kualitas Menu memiliki koefisien 0,562 dengan nilai signifikansi < 0,001, yang berada di bawah batas 0,05, sehingga berpengaruh signifikan secara statistik. Dengan demikian, Ambiance dan Kualitas Menu terbukti secara signifikan memengaruhi Preferensi Pelanggan dalam model ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji ini digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat,

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.134	1.797		2.857	0.005
	Ambiance (X1)	0.221	0.073	0.221	3.036	0.003
	Kualitas Menu (X2)	0.562	0.065	0.629	8.640	< 0.001

a. Dependent Variable: Preferensi Pelanggan (Y)

Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Berdasarkan pada tabel coefficients diatas:

- Hasil menunjukkan bahwa variabel Ambiance memiliki nilai t sebesar 3,036 dengan signifikansi 0,003, dapat diketahui bahwa nilai t-hitung X1 (3,036) > t-tabel (1,660) yang berarti secara statistik berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Pelanggan (karena nilai sig. < 0,05).
- Sementara itu, variabel Kualitas Menu memiliki nilai t sebesar 8,640, dapat diketahui bahwa nilai t-hitung X2 (8,640) > t-tabel (1,660) dengan signifikansi < 0,001, yang lebih

kecil dari 0,05 sehingga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap preferensi pelanggan.

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.

Hasil uji f dapat dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F bisa dilakukan dengan bantuan software SPSS.

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218.859	2	109.429	52.065	$<.001^b$
	Residual	205.973	98	2.102		
	Total	424.832	100			
a. Dependent Variable: Preferensi Pelanggan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Menu (X2), Ambiance (X1)						

Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Hasil Uji F dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu Preferensi Pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 52,065 dengan tingkat signifikansi $< 0,001$, yang berarti lebih kecil dari 0,05. dapat diketahui bahwa nilai f-hitung ($52,065 > f\text{-tabel } (3,09)$) Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel ambience dan kualitas menu berpengaruh signifikan terhadap preferensi pelanggan. Dengan demikian, model regresi yang digunakan layak untuk memprediksi variabel prestasi kerja berdasarkan kedua variabel independen tersebut.

7. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11. Hasil Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	0.515	0.505	1.44975
a. Predictors: (Constant), Kualitas Menu (X2), Ambiance (X1)				
b. Dependent Variable: Preferensi Pelanggan (Y)				

Sumber: Diolah oleh spss versi 27

Berdasarkan Output diatas diketahui nilai R-square sebesar 0,483 hal ini memiliki arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y adalah sebesar 51,5% dengan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda pada SPSS versi 27 dapat diketahui bahwa nilai koefisien Ambiance (X1) terhadap Preferensi pelanggan (Y) adalah 0,827, menunjukkan bahwa Ambiance mempunyai koefisien regresi positif. Artinya, semakin tinggi Ambiance maka Preferensi Pelanggan pada Barcode Ricebowl & Grill akan semakin meningkat. Pada nilai koefisien Kualitas Menu(X2) Terhadap Preferensi Pelanggan (Y) adalah 0,216, menunjukkan bahwa

Kualitas Menu mempunyai koefisien regresi positif. Artinya, semakin tinggi Kualitas Menu maka Preferensi Pelanggan Barcode Ricebowl & Grill akan meningkat.

1. Pengaruh Ambiance terhadap Preferensi pelanggan

Ambiance secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Preferensi pelanggan. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dengan nilai t-hitung variabel Ambiance adalah $3,036 > 1,660$ maka $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,036 > 1,660$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Ambiance berpengaruh signifikan terhadap Preferensi pelanggan di Barcode Ricebowl & Grill. Hal ini juga ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,003, lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh April Heri Kusbiyanto (2022) yang menunjukkan bahwa suasana kafe dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Jos Palangkaraya. Penelitian tersebut menegaskan bahwa semakin nyaman suasana tempat dan semakin baik mutu produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. .

2. Pengaruh Kualitas Menu Terhadap Preferensi Pelanggan

Dari hasil penelitian diatas, Kualitas Menu secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Pelanggan di Barcode Ricebowl & Grill. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dengan hasil nilai t-hitung variabel Kualitas Menu adalah $8,640 > 1,660$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Menu tidak berpengaruh signifikan hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar $< 0,001$ yang lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini mendukung dengan penelitian terdahulu oleh April Heri Kusbiyanto (2022) yang menunjukkan bahwa suasana kafe dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Jos Palangkaraya. Penelitian tersebut menegaskan bahwa semakin nyaman suasana tempat dan semakin baik mutu produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

3. Pengaruh Ambiance Dan Kualitas Menu Terhadap Preferensi Pelanggan

Dari hasil pengujian diatas diketahui bahwa $3,036 > 1,660$ dengan sig $0,003 < 0,05$. Jadi kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Ambiance Dan Kualitas Menu Terhadap Preferensi Pelanggan pada Barcode Ricebowl & Grill. Nilai R Square dalam model regresi adalah 0,515 menunjukkan 51,5% variabel Preferensi Pelanggan (Y) dipengaruhi Ambiance (X1) Dan Kualitas Menu (X2). Hasil dari penelitian Ambiance dan Kualitas Menu secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Preferensi Pelanggan pegawai di Barcode Ricebowl & Grill. Hal ini ditunjukkan oleh signifikansi F sebesar $< 0,001$. Ini berarti bahwa secara bersama-sama, kedua variabel independen mampu menjelaskan variasi dalam Preferensi Pelanggan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Amelindha Vania, Sumiati, dan Fatchur Rohman (2018) yang meneliti preferensi pelanggan online shop Instagram berdasarkan E-Service Quality menggunakan analisis cluster dan conjoint. Hasilnya menunjukkan bahwa atribut pelayanan dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam membentuk preferensi pelanggan. Temuan tersebut menegaskan bahwa kualitas layanan maupun produk menjadi penentu utama dalam mempertahankan loyalitas serta preferensi pelanggan terhadap suatu merek.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Pengaruh Ambiance dan Kualitas Menu terhadap Preferensi Pelanggan di Barcode Rice Bowl & Grill, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ambiance (suasana kafe) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Pelanggan.

Elemen-elemen ambiance seperti pencahayaan, kebersihan, musik, aroma ruangan, dan suhu udara terbukti berkontribusi terhadap kenyamanan pelanggan. Semakin baik pengelolaan suasana di Barkode Rice Bowl & Grill, semakin tinggi pula kecenderungan pelanggan untuk memilih dan berkunjung kembali ke kafe tersebut.

2. Kualitas Menu juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Pelanggan.

Aspek rasa, variasi menu, penyajian (plating), serta kebersihan dan keamanan makanan menjadi faktor utama yang membentuk persepsi pelanggan terhadap mutu kafe. Menu yang lezat, inovatif, dan disajikan secara menarik mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

3. Secara simultan, Ambiance dan Kualitas Menu berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Pelanggan.

Kedua variabel ini saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Suasana yang nyaman akan memperkuat persepsi terhadap kualitas menu, dan sebaliknya, menu yang berkualitas akan semakin bernilai ketika disajikan dalam suasana yang mendukung. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu kafe tidak hanya ditentukan oleh produk yang dijual, tetapi juga oleh bagaimana pengalaman konsumen dibentuk secara holistik.

4. Hasil analisis statistik (uji t dan uji F) serta nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dapat menjelaskan sebagian besar variasi preferensi pelanggan. Dengan demikian, ambiance dan kualitas menu merupakan faktor penting yang patut diprioritaskan oleh manajemen dalam meningkatkan daya saing Barkode Rice Bowl & Grill.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdywidjaja, D. Z. K., & Imelda, I. (2024). Algoritma CT-PRO pada data transaksi penjualan untuk rekomendasi paket menu di Café Serona Coffee Bintaro.
- Adiputra, I., dkk. (2021). Deskripsi teori antara variabel dalam penelitian. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan*.
- Amelindha Vania, Sumiati dan Fatchur Rohman. (2018). Preferensi Pelanggan online shop Instagram berdasarkan e-service quality dengan menggunakan analisis cluster dan analisis conjoint.
- Angela, Z., & Siregar, O. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Store Atmosphere terhadap Tingkat Kunjungan Konsumen pada Cafe Taman Sari Binjai. *Jurnal Usahid Solo*.
- Aryandhana, D., Bintarti, S., & Hidayatullah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 1
- Badan Pusat Statistik (2024). Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023
- Bahari, A. F., & Basalamah, J. (2019). "Produk berkualitas menciptakan kepercayaan konsumen karena memenuhi atribut fungsional dan emosional dalam penggunaan."
- Baker, J. (2021). The Effects of Store Environment on Consumer Perceptions of Quality and Behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Bariah, N., & Humaira, R. (2021). Pengaruh kebersihan dan keamanan makanan terhadap kepuasan pelanggan kafe. *Jurnal Kuliner Nusantara*.
- Bitner, M. J. (2021). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*.
- Chaerunnisa, K. A., & Safria, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Point Coffee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*.

- Ghozali, I. (2022). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, D. G., & Yunita, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang Kapten Muslim Medan. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(2), 1-17.
- Hayatin Nufus (2022). Preferensi dan Tingkat Kepuasan Konsumen Banana crispy pada dua UMKM di Kecamatan Gedong Tataan .
- Kurniawan, R. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Cafe Cangkir di Sumenep. Universitas Wiraraja.
- Kusbiyanto, April Heri (2022) Pengaruh suasana kafe dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Jos Palangka Raya. Masters thesis, IAIN Palangka Raya.
- LESTARI, ZULLIA TRI (2024) Perancangan Desain UI/UX Website Pemesanan Menu Pada Tenday's Coffee Dengan Metode Design Thinking. Other thesis, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
- Makarueh, J., Rohaetin, S., & Erang, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe About Something Palangka Raya. *Edunomics Journal*.
- Marsha Dinda Maharani (2021). Preferensi, Permintaan dan Kepuasan Konsumen Rumah tangga dalam pembelian minyak goreng kemasan di kota Bandar lampung.
- Muhammad Ilyas Syahroni (2020) Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Keibar Pamulang
- Nazara, I., & Yunita, M. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Platform Tiktok Shop). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(1), 146-159.
- Ningsih, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Suasana Kafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal Cabang Modernland Tangerang. Tangerang: Universitas Buddhi Dharma.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2022). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Pratama, A. A., & Dirgantara, I. (2024). The phenomenon and impact of customer loyalty to the cafe business competitiveness in Tembalang, Semarang, Central Java. Universitas Diponegoro.
- RossehA., & PasaribuP. (2023). Preferensi Pelanggan terhadap Pasar Online: Studi Kasus Marketplace Shopee.
- Sahir, M. (2021). Uji heteroskedastisitas dalam analisis regresi. *Jurnal Statistika dan Analisis Data*.
- Sugiyono (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D
- Surya Bentarti, Dea Aryandhana Mulyana Haris, Refangi Hidayatullah (2021) Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi
- Tjiptono, F. (2022). Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tondang, G. A., & Nasution, M. L. I. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, dan Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). Syarikat: Jurnal Ilmu Pemerintahan.
- Windy Ivana Weun, & Imam Ardiansyah. (2024). pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen gen z di arborea cafe manggala wanabakti. *journal of social and economics research*
- Wirutama, Danar (2023) Pengaruh Kualitas makanan, Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan serta Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan (studi pada konsumen rumah makan sultan wonogiri)