

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ERA COFFE MALANG

Riko Triatmojo¹
Achmad Zaini²

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹rikotriatmojo04@gmail.com

²achmad.zaini@polinema.ac.id

Abstrak

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 92 responden konsumen Era Coffe. Analisa data memakai analisa regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil analisa determinan menerangkan besaran *Adjusted R Square* sebesar 0,837 yang berarti *store atmosphere* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh akan kepuasan sebesar 83,7%. Hasil uji hipotesa dengan cara parsial pada kualitas pelayanan menerangkan bahwasanya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif akan kepuasan konsumen. Uji hipotesis dengan cara simultan menerangkan bahwasanya *store atmosphere* dan kualitas pelayanan dengan cara simultan memiliki pengaruh positif akan kepuasan konsumen di Era Coffe.

Kata kunci: *Store atmosphere*, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

Abstract

This research approach uses descriptive quantitative research with purposive sampling technique. Total of consumer respondents is 92 respondents who were consumers of Era Coffe. The multiple linear regression analysis and hypothesis testing were used to analyze the data. The coefficient of determination showed the value of Adjusted R Square of 0,837 which means that store atmosphere and service quality had an effect on the customer's satisfaction 83,7%. The results of partial hypothesis on the product quality showed that the service quality also had a positive effect on customers' satisfaction. The results of the simultaneous hypothesis showed that simultaneously both store atmosphere and product quality had a positive effect on the customer's satisfaction in Era Coffe Malang.

Keyword: *Store atmosphere*, service quality, customer's satisfaction

1. Pendahuluan

Progres bidang usaha *food and beverage* pada zaman ini masih tergolong sebagai progres yang tinggi. Pembaruan yang kian bertambah membuat rivalitas bisnis makin selektif. Kondisi tersebut dikarenakan *food and beverage* adalah keperluan dasar. Bidang usaha *food and beverage* spesifiknya *café* menerangkan pertumbuhan cepat tiap tahunnya, perkembangan *café* juga terjadi di Kota Malang dikarenakan produk pangan tidak lagi menjadi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia melainkan telah menjadi gaya hidup baru di kalangan masyarakat.

Di kota Malang, *café* dengan skala besar maupun kecil merupakan pemandangan sehari-hari, khususnya pada kalangan mahasiswa atau pun pelaku bisnis lainnya. Untuk mampu

bersaing dengan *café* yang lain maka pelayanan yang baik serta konsep toko yang menarik dan nyaman merupakan salah satu cara yang mampu menarik konsumen. Pelaku bisnis haruslah memikirkan cara yang efektif agar dapat bersaing dan dituntut untuk mempertahankan kualitas agar pelanggannya merasa puas dengan *Coffee shop* tersebut. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulitnya para pelaku bisnis untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. *Café* di Kota Malang saat ini semakin mengedepankan penataan dan kondisi di dalam *café* tersebut untuk dapat menarik konsumen dan juga dapat menjadi daya saing dengan bisnis usaha yang serupa. Menciptakan suasana yang nyaman dapat menjadi daya tarik konsumen untuk memilih *café*. Bahkan terkadang

konsumen berada di suatu café tidak semata-mata ingin menikmati makanan atau minuman di café tersebut tetapi ingin menikmati suasana yang menarik pada café tersebut. Hal ini dapat menimbulkan konsumen merasa puas dengan café tersebut. Seperti yang terdapat pada Era Coffe, kafe tersebut mengutamakan kenyamanan konsumen dengan cara membangun suasana yang menarik dan nyaman dan selain itu kualitas pelayanan juga menjadi prioritas Era Coffe dengan memberikan sikap yang ramah kepada konsumen, berpakaian rapi, serta memberikan fasilitas-fasilitas yang memadai untuk mendukung kualitas pelayanan..

Berdasarkan uraian yang dijelaskan, bahwa penulis melangsungkan penelitian yang bertajuk “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Era Coffe Malang”.

Rumusan Masalah pada penelitian ini yaitu Apakah *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan memiliki dampak akan Kepuasan Konsumen di Era Coffe Kota Malang?

Dan tujuan penelitiannya adalah mendeteksi dampak variabel *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan akan Kepuasan Konsumen pelanggan Era Coffe.

2. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa Kajian Empiris pada penelitian ini, berikut riset yang dilangsungkan sebelumnya mengenai elfelk kualitas pelayanan dan citra merek akan Keputusan Pembelian:

1. *Store Atmosphere* dan *experiential marketing* memiliki dampak akan kepuasan pelanggan dengan cara simultan (Hasbi & Rismawati, 2020).
2. *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan mempunyai dampak positif akan kepuasan konsumen (Ratnasari & Kusumawathi, 2015).
3. *Store Atmosphere* dan lokasi dengan cara positif juga signifikan akan Keputusan Pembelian. (Agusta & Rachmi, 2019).
4. *Store Atmosphere* dan kualitas layanan memiliki dampak dengan cara simultan akan Kepuasan Konsumen (Kristiana & Edward, 2017).

Kajian Teoritis yang pertama yaitu pemasaran adalah Aktivitas yang mempunyai rencana terpadu yang dilakukan oleh organisasi dalam melakukan usaha supaya sanggup

mengelola hubungan dengan konsumen (Kotler & Keller, 2014). Yang kedua adalah manajemen pemasaran adalah Usaha mengendalikan kegiatan demi mencapai sasaran organisasi dengan cara yang efisien (Sudarsono, 2020). Yang ketiga kepuasan konsumen adalah Penilaian dari konsumen yang memiliki hasil sama, lebih, dan di bawah harapan. Tjiptono dalam Adhari (2020:40). Yang keempat *store atmosphere* adalah Keadaan toko yang dibuat indah agar mempengaruhi konsumen untuk melangsungkan pembelian. Ratnasari *et al* (2015:2). Dan yang kelima kualitas pelayanan adalah Tingkat pelayanan yang diberikan untuk menginterpretasikan ekspektasi konsumen.

3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena. Kemudian populasi penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli produk di Era Coffe Malang selama bulan November 2021 hingga bulan Januari 2022. Sampel pada penelitian ini sebanyak 92 orang, teknik sampling penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*.

Terdapat pengertian operasional variabel penelitian ini 3 variabel, yaitu: Variabel X1 (*Store Atmosphere*) terdiri dari 4 indikator, yakni 1. *Exterior*, 2. *General Interior*, 3. *Store Layout*, 4. *Interior Display* (Berman & Evans, 2013). Variabel X2 (kualitas pelayanan) terdiri dari 5 indikator, yakni 1. Berwujud, 2. Keandalan, 3. Ketanggapan, 4. Jaminan dan Kepastian, 5. Empati (Indrasari, 2019). Variabel Y (Kepuasan Konsumen) terdiri dari 3 indikator, yakni 1. Kualitas yang dirasakan, 2. Nilai yang dirasakan, 3. Harapan pelanggan (Andreani, 2014). Jabaran variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas yakni *store atmosphere* dan kualitas pelayanan serta variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Metode pengumpulan data penelitian

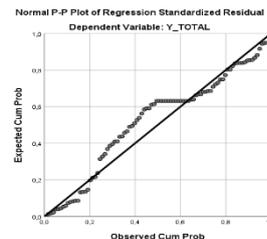
ini diperoleh dari metode kuesioner dan metode observasi. Kemudian metode analisa data pada penelitian ini mengaplikasikan metode analisis deskriptif dengan melalui uji validitas yaitu Menilai suatu angket atau kuesioner valid atau sah tidaknya, uji reliabilitas yaitu Menilai kuesioner menggunakan indikator dalam suatu penelitian. Angket dikatakan dapat dipercaya andaikan tanggapan dari sampel atas persoalan yang diberikan stabil (Ghozali, 2018), uji normalitas yaitu Tingkat kenormalan variabel bebas dan variabel terikat diuji (Ghozali, 2018), uji multikolinieritas yaitu Pengujian model regresi apakah didapatkan bahwa ada hubungan antar variabel bebas (Ghozali, 2018), uji heteroskedastisitas yaitu Pengujian menunjukkan ketidaksamaan antara *variance* dengan *residual* dengan satu observasi ke observasi yang lain oleh model regresi (Ghozali, 2018), analisis regresi berganda yaitu korelasi antar dua variabel ataupun lebih. Dipakai untuk memeriksa kontrol dari beberapa variabel independen kepada variabel dependen (Ghozali, 2016), koefisien determinasi yaitu Menakar kesanggupan untuk menjelaskan ragam variabel dependen (Ghozali, 2018), uji parsial yaitu Memberikan petunjuk dari pengaruh suatu variabel dengan tersendiri saat menjabarkan ragam pada variabel terikat (Ghozali, 2016), uji simultan yaitu Memberikan petunjuk pada segala variabel bebas yang dituangkan ke model memiliki dampak dengan cara bersamaan atau simultan akan variabel terikat (Ghozali, 2016).

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

Pada uji validitas menghasilkan semua *item* variabel diperoleh r hitung $>$ r tabel (0,1726) dan $sig. <$ 0,05. Dengan demikian, semua variabel diakui valid. Kemudian pada uji reliabilitas menghasilkan Nilai *Cronbach Alpha's* (α) semua variabel $>$ 0,60. Oleh karena itu semua variabel diakui *reliable*.

Selanjutnya uji normalitas menunjukkan bahwa variabel terdistribusi normal dan memenuhi asumsi terpenuhi yang ditunjukkan pada titik-titik data selarah dengan garis diagonal.

Kemudian pada uji multikolinieritas menunjukkan pada tabel hasil uji multikolinieritas *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan memiliki *tolerance* $>$ 0,10 dan *VIF* $<$ 10. Mampu diberi kesimpulan bahwasanya tidak terjadi multikolinieritas.



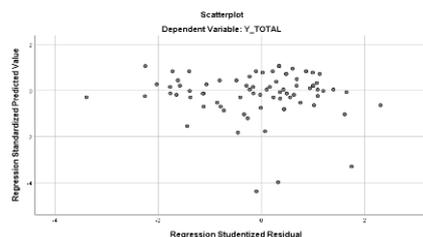
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas
Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Store Atmosphere (X1)	0.227	4.405	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0.227	4.405	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data diolah (2022)

Pada uji heteroskedastisitas terlihat bahwa titik-titik data menyebar dengan cara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak melmbuat model tertentu. Mampu disebut bahwasanya data terlepas dari *heteroskedasticities*, gambar dapat dilihat di bawah ini :



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data diolah (2022)

Selanjutnya pada koefisien determinasi menghasilkan didapati nilai R^2 (*R Square*) sekitar 0,837 atau (83,7%). Hal tersebut menerangkan bahwasanya persentase sumbangan efek variabel X akan variabel dependen Y sebesar 63,9%, tabel dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 2. Hasil koefisien Determinasi

Modell Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,917 ^a	0.841	0.837	3.12645
a. Predictors: (Constant), X2_TOTAL, X1_TOTAL				
b. Dependent Variable: Y_TOTAL				

Sumber: Data diolah (2022)

Pada uji regresi berganda persamaan regresi yang dicetuskan pada penelitian ini, adalah

$$Y = 0,610 + 0,809 X_1 + 0,400 X_2 + e.$$

Berdasarkan nilai koefisienn regresi semua variabel maka variabel X1 (*Store Atmosphere*) memberikan kontribusi paling besar kepada variabel Y (Kepuasan Konsumen) yaitu sebesar 0,809, tabel dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std Error	Beta
1	(Constant)	0.610	1.930	
	X1_TOTAL	0.809	0.114	0.632
	X2_TOTAL	0.400	0.114	0.311

Sumber: Data diolah (2022)

Selanjutnya pada uji parsial variabel *Store Atmosphere* (X1) berpengaruh positif akan variabel Kepuasan Konsumen (Y), dengan nilai t-hitung 7,123 > t-tabel 1,662 serta sig 0,000 ≤ 0,05. Memiliki arti bahwasanya variabel X1 memiliki dampak positif dan substansial akan variabel Y. Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif akan variabel kepuasan konsumen (Y), dengan nilai t-hitung 3,502 > t-tabel 1,662 serta sig 0,001 ≤ 0,05. Memiliki arti bahwasanya variabel X1 mempunyai dampak positif serta substansial akan variabel Y. Tabel hasil dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji parsial

Tabel Uji t		
	t	Signifikansi
X1_TOTAL	7.123	0.000
X2_TOTAL	3.502	0.001

Sumber: Data diolah (2022)

Pada hasil uji simultan didasarkan data di bawah didapati bahwasanya hasil dari uji F dengan nilai F hitung 253,4 > F tabel 3,10 dan besaran F sig 0,000 ≤ 0,05. Dapat dibelri kesimpulan bahwasanya variabel X1 dan variabel X2 dengan cara simultan berdampak positif dan substansial akan variabel Y. Tabel dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Simultan

Tabel Uji F	
F	Signifikansi
235.421	,000 ^b

Sumber: Data diolah (2022)

Didasarkan hasil riset variabel *Store Atmosphere* (X1) menerangkan bahwasanya besaran koefisien beta dari X1 adalah 0,809 yang menerangkan dampak *Store Atmosphere* kuat akan Kepuasan Konsumen. Rata – rata didapatkan hasil bahwasanya pelanggan Era Coffe sepatat dengan musik karena cocok dengan suasana café.

Didasarkan hasil riset variabel kualitas pelayanan (X2) menerangkan bahwasanya besaran koefisien beta dari X2 adalah 0,400 yang menerangkan dampak kualitas pelayanan lemah akan Kepuasan Konsumen. Rata – rata didapatkan hasil bahwasanya pelanggan Era Coffe sangat sepatat bahwasanya kapabilitas karyawan dalam melayani pelanggan baik.

Didasarkan hasil riset variabel *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen menerangkan adanya pengaruh. variabel X1 (*Store Atmosphere*) dan X2 (Kualitas Pelayanan) dengan cara simultan memiliki pengaruh akan variabel Y (Kepuasan Konsumen) serta kedua variabel tersebut memiliki pengaruh kuat akan Kepuasan Konsumen.

5. Simpulan dan Saran

Pada hasil analisa deskriptif *Store Atmosphere* didapatkan nilai *mean* tertinggi adalah item X1.9 yaitu musik dan nilai *mean* terendah adalah item X1.3 fasilitas parkir. Kemudian pada analisa deskriptif kualitas pelayanan didapatkan nilai *mean* tertinggi adalah item X2.3 dan X2.10 yaitu fasilitas yang memadai dan pengetahuan tentang pelanggan, nilai *mean* terendah terdapat pada item X2.7 yaitu pengetahuan karyawan. Kemudian pada hasil analisa deskriptif Kepuasan Konsumen nilai *mean* tertinggi terdapat pada item Y.3 yaitu kepuasan dengan suasana café dan nilai *mean* terendahnya terdapat pada item Y.2 yaitu kepuasan dengan kualitas minuman.

Dari hasil uji t *Store Atmosphere* dengan cara parsial mempunyai dampak positif akan Kepuasan Konsumen di Era Coffe. Hal ini menunjukkan bahwasanya *Store Atmosphere* menentukan Kepuasan Konsumen Era Coffe. Kualitas pelayanan juga dengan cara parsial berdampak positif terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan hasil uji F menerangkan bahwasanya *Store Atmosphere* dan kualitas

pelayanan dengan cara simultan berdampak positif akan kepuasan pelanggan Era Coffe.

Pada analisa regresi berganda didapati hasil bahwasanya variabel X1 lebih memengaruhi Kepuasan Konsumen dibandingkan dengan variabel X2, sedangkan hasil penelitian koefisien determinasi didapati bahwasanya kemampuan semua variabel X (*Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan) dalam menjelaskan variansi variabel Y (Kepuasan Konsumen) berdampak cukup kuat akan variabel Y.

Kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin pelanggan akan merasa kecewa). Sebaliknya, apabila unjuk kerjanya melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat.

Dalam penelitian ini implikasi praktis berisi mengenai hal-hal apa saja yang harus dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan hasil dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dapat diketahui bahwa variabel *Store Atmosphere* lebih mempengaruhi Kepuasan Konsumen dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan, sedangkan hasil penelitian *adjusted R2* pada penelitian ini mendapatkan hasil bahwa kontribusi variabel yang terjadi pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) yang ditentukan oleh *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen sebesar 83,7%.

Berkaitan dengan variabel *Store Atmosphere*, nilai *mean* terendah terdapat pada item X1.4 yaitu luas *café*. Maka dari itu Era Coffe masih perlu memperhatikan dan memperbaiki luas *café* agar ketika ramai konsumen tidak berdesakan. Kedepannya, diharapkan Era Coffe dapat lebih memperbaiki hal tersebut dan mempertahankan apa yang sudah membuat konsumen nyaman dan merasakan kepuasan.

Berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan nilai *mean* terendahnya terdapat pada X2.7 yaitu pengetahuan karyawan, Era Coffe sudah memperhatikan dan memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk para konsumennya.

Walaupun kualitas pelayanan di Era Coffe sudah mendapatkan penilaian yang cukup baik, namun Era Coffe perlu memperbaiki terkait pengetahuan karyawan pelayanan yang ada. Mempertahankan dan memperbaiki kualitas pelayanan merupakan hal yang penting bagi Era Coffe untuk dapat memberikan Kepuasan Konsumen yang maksimal,

Didasarkan riset yang telah dilakukan, berikut saran yang peneliti berikan untuk dijadikan pertimbangan: 1. Bagi Era Coffe diharapkan dapat memperluas *Cafe* sehingga ketika ramai tidak berdesakan. 2. Diharapkan mampu memberikan pelatihan kepada karyawan terkait dengan pengetahuan produk agar Kepuasan Konsumen didapat dengan maksimal. 3. Bagi Era Coffe diharapkan dapat mempertahankan apa yang sudah membuat konsumen nyaman dengan *Store Atmosphere* maupun kualitas pelayanan Era Coffe.

6. Daftar Rujukan

- Andrelani, A. (2014). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Images Terhadap Minat Berkunjung Kembali*. Universitas Sanata Dharma.
- Berman, B., & ELvans, J. R. (2013). *Retail Managemelnt: A Stratelgic Approach*. Pelarson.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (ELdisi Kel 9). Undip.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (9th eld.). Univelrsitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*. *Unitomo Press*.
- Kotlelr, & Kellelr. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke 1). Erlangga.
- Ratnasari, V. A., & Kusumawathi, A. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value dan Impulse buying (Survei pada Konsumen Hypermart Malang Town Square)*.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. CV. PUSTAKA ABADI.