

Pengaruh *Service Quality* dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Kedai Kopi Athar Bangun Purba)

Wida Cahyati Purba¹, Edison Sagala²

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Email: widacahyatip@gmail.com¹, sagalaedison61@gmail.com²

ABSTRACT

Purpose. *This research aims to determine the effect of service quality and store atmosphere on customer satisfaction at the Athar bangun Purba coffe shop cafe.*

Methods. *This research uses a quantitative method with a sampling technique using purposive sampling and hair formula with a sampel of 120 people who are customers of the Athar Bangun Purba coffe shop cafe. The collected data was analyzed through multiple linear regression processing and hypothesis testing.*

Findings. *The research results show that service quality and store atmosphere both simultaneously and partially have a positive and significant influence on customer satisfaction. This is proven by the results of the simultaneous test (F test) and partial test results (t test) which also show significant values for the two variables that support the hypothesis.*

Implication. *The implication of this research is the importance of providing good service and creating a comfortable cafe atmosphere for customers in creating customer satisfaction. So in this case management is needed from the café to be able to provide the most comfortable service and atmosphere possible to customers in order to increase customer loyalty and the company's reputation. it also provides marketing students with insight into the factors that influence consumer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Store Atmosphere, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada café kedai kopi athar bangun purba.

Metode. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan rumus hair dengan sampel sebanyak 120 Orang yang merupakan pelanggan café kedai kopi athar bangun purba. Data yang dikumpulkan dianalisis melalui pengolahan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

Hasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* dan *store atmosphere* baik secara simultan dan parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (Uji F) dan hasil uji parsial (Uji t) yang juga menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel yang mendukung hipotesis.

Implikasi. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya memberikan pelayanan yang baik serta menciptakan suasana cafe yang nyaman kepada pelanggan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam hal ini diperlukan pengelolaan dari pihak café untuk dapat memberikan pelayanan dan suasana yang nyaman mungkin kepada pelanggan untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan. ini juga memberikan wawasan kepada mahasiswa pemasaran tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kata Kunci. *Service Quality, Store Atmosphere, Kepuasan Pelanggan*

1. Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini, masyarakat didorong untuk mendirikan berbagai jenis usaha dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mencapai kepuasan dan memaksimalkan keuntungan. Peluang yang terbuka saat ini adalah di bidang kuliner salah satunya adalah *Cafe*. Menurut Maulidi, 2017 (Almunida et al., 2022) *Cafe* merupakan tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. *Cafe* termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan sedikit alunan musik.

Peningkatan jumlah *cafe* atau restoran juga dirasakan di beberapa daerah di Sumatera Utara, salah satunya di wilayah Kabupaten Deli Serdang khususnya pada *Cafe* kedai Kopi Athar. *Cafe* Kedai Kopi Athar ini di dirikan oleh ibu Murti Ningsih pada tahun 2017 dengan outlet berada di Kelurahan Sialang, Kecamatan Bangun Purba. *Cafe* ini memiliki desain *interior* dan *eksterior* yang cukup unik dan menarik, serta fasilitas *wifi* yang tersedia. *Café* Kedai Kopi Athar memiliki pengunjung yang tidak selalu sama dalam setiap bulannya. Hal tersebut dapat dilihat dari data pengunjung sejak Januari 2023 – Desember 2023 sebagai berikut.

Tabel 1. Data Pengunjung Kedai Kopi Athar 2023

Bulan	Jumlah Pengunjung	Perubahan (%)
Januari 2023	400	-
Februari 2023	320	-20%
Maret 2023	350	9,37%
April 2023	500	43%
Mei 2023	300	-40%
Juni 2023	440	47%
Juli 2023	550	25%
Agustus 2023	600	9,09%
September 2023	400	-33,33%
Oktober 2023	390	-2,5%
November 2023	385	1,28%
Desember 2023	500	32,12%
Total Setahun	5.145 orang	

Sumber: Data Internal Café Kedai Kopi Athar

Dari data yang disajikan, terlihat bahwa *Cafe* Kedai Kopi Athar mengalami fluktuasi dalam jumlah pengunjung dari Januari hingga Desember 2023. Berdasarkan fenomena fluktuasi diatas, diperlukan inovasi yang tepat terkait dengan kebutuhan pelanggan sehingga pihak *café* dapat mempertahankan pelanggan yang berkunjung. Inovasi dalam dunia bisnis terutama dalam industri kuliner seperti kafe dan restoran sangat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

Kepuasan pelanggan merupakan upaya yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap barang atau jasa yang diterimanya setelah menggunakannya. Hal ini mencakup perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen.

Service Quality adalah upaya yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut (Andini et al., 2022) *Service quality* ini digunakan untuk memperoleh keuntungan bagi suatu bisnis guna menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, agar konsumen tidak berpindah ke tempat lain dan menciptakan kualitas yang lebih baik.

Selain itu, faktor lain yang tidak kalah utama bagi konsumen dalam mewujudkan kepuasannya adalah *store Atmosphere*. *Store atmosphere* merupakan elemen fisik dan non fisik dari perusahaan yang dapat berdampak pada sikap pelanggan terhadap suatu tempat.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa konsumen pada *Café* Kedai Kopi Athar, terdapat permasalahan terkait ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan dan suasana pada *Café* Athar. Dimana sikap karyawan pada indikator *Realibility* masih kurang maksimal dimana terlihat dari

kurangnya respon ramah terhadap pelanggan yang datang. Indikator *Responsiveness* (daya tanggap) dapat diukur dari kemampuan pelayan pada Café Kedai Kopi Athar dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat. Pada aspek ini terdapat masalah yang ditemukan yaitu penyajian pesanan kepada pelanggan yang membutuhkan waktu yang lumayan lama, sehingga menimbulkan kebosanan. Kemudian indikator *Assurance* (jaminan) dapat diukur dari kemampuan pihak Café Athar dalam memberikan pelayanan dengan jaminan sopan santun untuk dapat menimbulkan rasa percaya terhadap para konsumen. Pada aspek ini terlihat bahwa pihak Café Athar telah melakukan pelayanan dengan menggunakan sopan santun yang baik pada para pelanggan. Indikator *Empathy* (empati) dapat diukur dari kemampuan pihak café athar dalam memberikan perhatian yang tulus kepada para pelanggan. Pada indikator ini sudah cukup baik, dimana dapat dilihat dari sikap pelayan yang langsung datang ke meja pelanggan pada saat ada pelanggan yang akan meminta bill pesanan. Indikator *Tangibless* (bukti fisik) diukur dari kemampuan pihak Café Athar dalam menunjukkan keberadaan kepada pihak eksternal Perusahaan, dimana sikap pelayan pada indikator ini sudah cukup baik.

Store Atmosphere yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain, *Store Exterior* dan *general interior, layout* dan *interior display*. *Store exterior* dapat diukur dari bagian luar Café Kedai Kopi Athar yang meliputi tempat parkir dan penanda Café. Dimana pada indikator ini Café Kedai Kopi Athar sudah cukup baik dimana tersedia tempat parkir yang layak dan juga penanda café yang sesuai. Indikator *General interior* diukur dari kemampuan Café Kedai Kopi Athar dalam menciptakan suasana dalam café menjadi sangat nyaman bagi para pelanggan. Dimana pada indikator ini Café Kedai Kopi Athar masih kurang baik, dimana pemasangan kipas angin dalam toko masih kurang sesuai sehingga menyebabkan suhu pada Café Kedai Kopi Athar terlalu panas, sehingga menyebabkan ketidaknyaman yang dapat memicu ketidakpuasan pelanggan terhadap suasana pada Café Kedai Kopi Athar. Kemudian juga kurangnya musik yang menjadi salah satu hal yang dianggap menyenangkan bagi para pelanggan untuk dapat menikmati suasana pada Café Kedai Kopi Athar. Indikator *Layout* dapat diukur dari kemampuan Café Kedai Kopi Athar dalam menciptakan tata letak pada Café. Dimana pada indikator ini Café Kedai Kopi Athars memiliki tata letak yang sudah baik, dimana terlihat dari meja dan kursi yang ditata dengan baik sehingga membuat pelanggan merasa nyaman. Indikator *Interior Display* diukur dari kemampuan café Athar dalam memberikan tanda petunjuk dalam Café. Dimana pada indikator ini masih kurang, dikarenakan masih kurangnya tanda petunjuk yang ada di dalam café seperti petunjuk toilet dan juga petunjuk khusus parkir.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Kepuasan Pelanggan

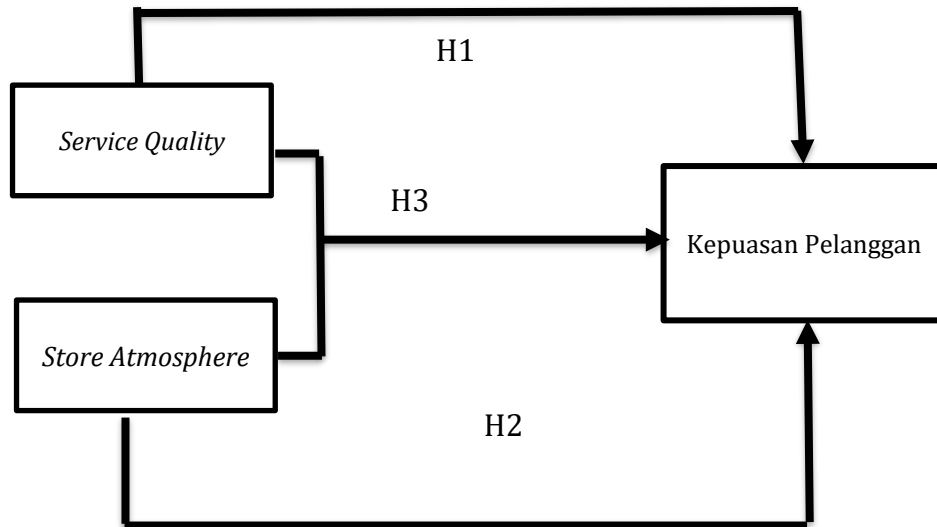
Menurut Sangadji 2013:180 dalam (Sukma et al., 2020) kepuasan konsumen adalah perasaan senang seseorang timbul dari perbandingan antara pengalaman nyata mereka terhadap kinerja produk yang sesungguhnya dengan harapan atau ekspektasi mereka sebelumnya. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah ukuran tingkat kepuasan atau perasaan senang yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu barang atau jasa setelah menggunakannya.

Service Quality

Kualitas pelayanan merupakan usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, serta bagaimana ketetapan penyampaiannya untuk dapat menyesuainya dengan kebutuhan serta keinginan pelanggan (Rijali & Rahmawati, 2022). Sedangkan menurut Tjiptono (2017:180) dalam (Istiyono & Rizal, 2022) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan kepada pelanggan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) dari sipelanggan.

Store Atmosphere

Menurut (Sukma et al., 2020) *Store atmosphere* adalah suasana toko yang terencana agar sesuai dengan pangsa pasarnya sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli. Sedangkan menurut (Francioni et al 2018 dalam (Febriani & Ahmad Fadili, 2021) menyatakan *store atmosphere* secara umum diartikan sebagai gabungan dari elemen fisik dan non-fisik dari perusahaan yang mempengaruhi persepsi dan sikap pelanggan terhadap suatu perusahaan. Sehingga disimpulkan bahwa *Store Atmosphere* merupakan suasana fisik dan non fisik toko yang diciptakan sesuai dengan pangsa pasar guna menarik pelanggan untuk memberikan kepuasan pada saat berbelanja.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis

- H1: Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada café kedai kopi athar bangun Purba
- H2: Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada café kedai kopi athar bangun Purba
- H2: Service quality dan Store atmosphere secara simultan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada café kedai kopi athar bangun purba

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan café kedai kopi athar bangun purba. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik nonprobability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus hair (Hair et al., 2010) yaitu dengan mengalikan minimum 5 - 10 dengan jumlah indikator. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini ialah 10 dikali jumlah indikator yaitu 12, sehingga total responden dalam penelitian ini adalah 120 orang responden. Indikator Service Quality ialah: 1) Tangibles; 2) Reliability; 3) responsiveness; 4) Assurance; 5) Empathy. Indikator Store Atmosphere ialah: 1) Exterior (Bagian luar); 2) General Interior (Bagian luar); 3) Store Layout (Tata letak Cafe); 4) Interior Display (Tampilan bagian dalam). Indikator Kepuasan pelanggan ialah: 1) Kesesuaian harapan; 2) Minat berkunjung kembali; 3) Kesiediaan merekomendasikan.

Pada penelitian ini digunakan uji instrument untuk memastikan apakah instrumen yang digunakan akurat dan dapat dipercaya dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validasi dilakukan untuk mendapatkan data yang valid. Valid diartikan bahwa instrument tersebut dapat

digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiono, 2013). Uji reliabilitas untuk mengevaluasi seberapa baik suatu kuesioner dapat mengukur variabel atau konstruk yang diinginkan. Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan hasil yang bermakna dan berguna dengan melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Dilakukan uji regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis dengan uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama. Uji Koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi (Ghozali, 2018).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Penelitian

Indikator		Rhitung	Rtabel	Validitas
Tangibles	Pernyataan 1	0,567	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,703	0,361	Valid
Responsivness	Pernyataan 3	0,745	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,589	0,361	Valid
Assurance	Pernyataan 5	0,819	0,361	Valid
	Pernyataan 6	0,485	0,361	Valid
Empathy	Pernyataan 7	0,609	0,361	Valid
	Pernyataan 8	0,756	0,361	Valid
	Pernyataan 9	0,742	0,361	Valid
	Pernyataan 10	0,764	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Dari tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan dari variabel *Service Quality* (X_1) dikatakan valid dikarenakan sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa 10 item pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Penelitian

Indikator		r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
<i>Exterior</i> (bagian luar)	Pertanyaan 11	0,442	0,361	Valid
	Pertanyaan 12	0,580	0,361	Valid
	Pertanyaan 13	0,773	0,361	Valid
<i>General interior</i> (bagian dalam)	Pertanyaan 14	0,661	0,361	Valid
	Pertanyaan 15	0,694	0,361	Valid
	Pertanyaan 16	0,710	0,361	Valid
	Pertanyaan 17	0,616	0,361	Valid
	Pertanyaan 18	0,618	0,361	Valid
<i>Store Layout</i> (Tata letak café)	Pertanyaan 19	0,544	0,361	Valid
	Pertanyaan 20	0,487	0,361	Valid
<i>Interior display</i> (tampilan bagian dalam)	Pertanyaan 21	0,421	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Dari tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan dari variabel *Store Atmosphere* (X_2) dikatakan valid dikarenakan sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa 11 item pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. Hasil Penelitian

Indikator		r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
Kesesuaian harapan	Pertanyaan 22	0,879	0,361	Valid
	Pertanyaan 23	0,827	0,361	Valid
Minat berkunjung kembali	Pertanyaan 24	0,842	0,361	Valid
	Pertanyaan 25	0,892	0,361	Valid
Kesediaan merekomendasikan	Pertanyaan 26	0,823	0,361	Valid
	Pertanyaan 27	0,842	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Dari tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan dari Kepuasan Pelanggan (Y) dikatakan valid dikarenakan sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa 6 item pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

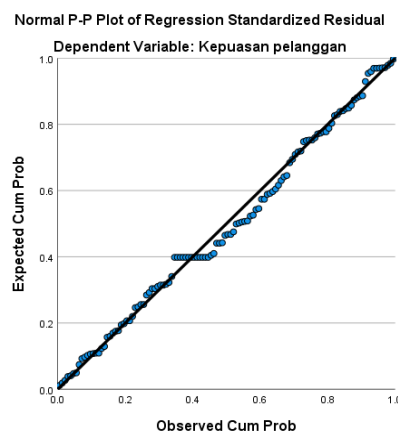
No	Variabel	Cronbach Alpha	Keputusan
1	Service Quality	0,871	Reliabel
2	Store Atmosphere	0,814	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,922	Reliabel

Sumber: Kuesioner Yang diolah (2024)

Dari tabel 5 diatas, diketahui bahwa nilai cronbach alpha untuk masing masing variabel yaitu lebih besar dari 0,6. Sehingga disimpulkan bahwa semua variabel reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Normal P-plot of Regression Standardized Residual

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Dari gambar 2 diatas, dapat diketahui bahwa, setelah dilakukan uji normalitas menggunakan *SPSS 27 for windows* menunjukkan grafik *P-Plot* dengan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti pola garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

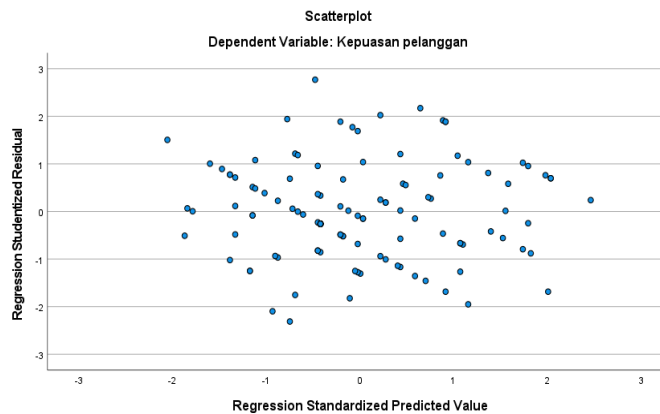
Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Service Quality X1	0,862	1,159	Tidak ada gejala multikolinearitas
Store Atmosphere (X2)	0,862	1,159	Tidak ada gejala multikolinearitas

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Dari tabel 6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk *Service Quality* (0,862), *Store Atmosphere* (0,862). Setiap nilai *tolerance* untuk variabel bebas melebihi ambang batas 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat indikasi multikolinieritas dalam model regresi ini. Selain itu, didapatkan hasil nilai VIF untuk *Service Quality* (1,159), dan *store atmosphere* sebesar (1,159). Setiap nilai VIF untuk variabel bebas kurang dari 10. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat indikasi multikolinieritas dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Grafik Scatterplot
Sumber: kuesioner yang diolah, (2024)

Dari gambar 3 diatas, dapat diketahui bahwa grafik *scatterplot* menunjukkan penyebaran titik-titik diatas dan dibawah garis 0 pada sumbu Y tanpa adanya penumpukan pada titik tertentu. Penyebaran juga tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-9.895	3.108		-3.183	.002
Service quality	.382	.057	.460	6.757	.000
Store Atmosphere	.433	.070	.421	6.187	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Dari tabel 7 diatas, dapat diketahui bahwa model persamaan regresi linear berganda pada penelitian adalah $Y = -9,895 + 0,382X_1 + 0,433X_2$. Nilai konstan untuk Kepuasan pelanggan (Y) sebesar -9,895 yang berarti jika variabel *Service quality* mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,089. Koefisien kualitas produk mengalami kenaikan 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,382. Dan Jika koefisien *store atmosphere* mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,433.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-9.895	3.108		-3.183	.002
Service quality	.382	.057	.460	6.757	.000
Store Atmosphere	.433	.070	.421	6.187	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Dari data tabel 8 diatas, dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *service quality* sebesar (6,757 dan *store atmosphere* (6,187). Sedangkan t tabel dihitung dengan rumus $df = n - k = 120 - 3 = 117$ dengan signifikansi (α) = 0,05 sehingga diperoleh t tabel sebesar 1,657. Dimana nilai t hitung > nilai t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *service quality* dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	382.651	2	191.326	66.634	.000 ^b
	Residual	335.940	117	2.871		
	Total	718.592	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan
b. Predictors: (Constant), Store Atmosphere, Service quality

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Dari tabel 9 diatas, dapat diketahui bahwa diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 66,634 sementara nilai F_{tabel} dipakai di tabel statistik. Perhitungan F tabel dengan pembilang $dk = k$ (banyaknya variabel bebas) dan penyebut $dk = (nk - 1)$ dengan tingkat kesalahan 5%. Dengan rumus dk pembilang = 2 dan dk penyebut $120 - 2 - 1 = 117$, dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 maka nilai tabel F sebesar 3,07. Menampilkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni $66,634 > 3,07$ maka disimpulkan *service quality* dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada cafe kedai kopi athar bangun purba.

Uji Koefisien determinasi

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.525	1.694

a. Predictors: (Constant), Store Atmosphere, Service quality
b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Dari tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah R Square dengan nilai sebesar 0,636. Hal ini dapat diartikan sebagai nilai koefisien 0,533 sama dengan 53,3%. Artinya, kontribusi dari variabel *service quality* (X_1), dan *Store atmosphere* (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) mencapai 53,3% sedangkan 46,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Café Kedai Kopi Athar Bangun Purba)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diketahui variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dari nilai thitung > ttabel dimana $6,5767 > 1,657$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis pertama dapat diterima dan teruji kebenarannya.

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Café Kedai Kopi Athar Bangun Purba)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui variabel *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari nilai thitung > ttabel dimana $6,187 > 1,657$ dan nilai signifikansinya $0,000 > 0,05$ yang berarti bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dapat diterima dan teruji kebenarannya.

Pengaruh *Service Quality* Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Café Kedai Kopi Athar Bangun Purba)

Dalam penelitian ini selain melakukan uji t, peneliti juga melakukan uji F untuk menguji pengaruh variabel *service quality* dan *store atmosphere* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana dibuktikan oleh hasil perhitungan nilai Fhitung sebesar $66,634 > Ftabel 3,07$ dengan taraf signifikansi $0,000 > 0,05$. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menunjukkan adanya pengaruh simultan dari *service quality* dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Ini menunjukkan bahwa baik kualitas layanan maupun suasana toko memiliki peran yang penting dalam membentuk kepuasan pelanggan secara keseluruhan di cafe kedai kopi athar.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu faktor yang hanya berfokus pada dua variabel saja dengan objek cafe kedai kopi athar bangun purba sehingga untuk variabel lain yang mempengaruhi belum dapat dilihat. Bagi peneliti lain yang ingin meneliti di Kedai Kopi Athar diharapkan untuk tidak terpaku pada faktor dalam penelitian ini yaitu *service quality* dan *store atmosphere*. Tetapi diharapkan agar dapat menambah serta mencari tahu faktor faktor lain yang mungkin dapat

mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan melakukan pengamatan serta wawancara terhadap pelanggan maupun pemilik café.

6. Kesimpulan

Dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa: 1) Service Quality secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada café kedai kopi athar bangun Purba). 2) Store Atmosphere secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada café kedai kopi athar bangun Purba). 3) Service Quality dan Store Atmosphere secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada café kedai kopi athar bangun Purba).

Daftar Pustaka

- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan*. 1(2), 249–258.
- Almunida, A. A., Sa, A. S., & Wicaksono, T. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DISTRICT COFFEE BANJARBARU*. 1–9.
- Andini, R. M., Siregar, M., & Siregar, N. A. (2022). Pengaruh Lokasi , Suasana , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Satisfaction at Warkop Gelas Batu (GB) 5 Ahmad Yani Rantauprapat Machine Translated by Google. *Ekonomi Dan Manajemen Kuantitatif*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.35877/454RI.qems991>
- Apriani, D. A., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada konsumen the little A Coffe Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1–7.
- Arifin, M. R., & Cahyana, A. S. (2022). *The Effect Of Service Quality , Product Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 3.
- Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017). Global Research And Consulting Institute.
- Effendy, F. hizrian, Khuzaini, & Hidayat, I. (2019). Effect Of Service Quality, Price And Store Atmosphere On Customer Satisfaction (Study On Cangkir Coffee Shop In Surabaya). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 123–148. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25139/ekt.v3i2.2033>
- 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), 368–379. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10100>
- Ghozali, P. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9* (Edisi Kese). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed).
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & kepuasan Pelanggan* (Cetakan pe). Unitomo Press.
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 395–404. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2174>
- Maranatha, E. G. (2022). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK , PELAYANAN KEPUASAN CAFE RUANG SARCA MEDAN Euodia Grace Maranatha1 Machine Translated by Google. *Jurnal Internasional Ekonomi, Bisnis, Akuntansi, Manajemen Agribisnis*, 1165–1182.
- Nugroho, H. S. W. (2011). *Kualitas layanan kesehatan menurut persepsi konsumen* (Sunarto (ed.)).

- Prasetyo, J., AY, B., & DPW, I. A. (2021). Pengaruh pelayanan, Store Atmosphere dan harga terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan (Studi Pada Mie Gacoan Manahan). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 05(February), 2021. <https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750><https://doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><http://dx.doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><https://doi.org/10.1016/j.ridd.2020.103766><https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1689076><https://doi.org/>
- Pratiwi, V. andita, Sulaiman, E., Budiastuti, E., & Ajie, A. (2022). Store Atmosphere and Service Quality On Cafe consumer Satisfaction. *Jurnal Manajemen*, 12(4).
- Putra, I. P. Y. mahendra, Hartanti, N. P. S., & MAsyuni, I. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud. Bagas Bagus Kerambit Tabanan. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parawisata*, 3, 375–384. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i2.1044>
- Rijali, N. F., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan pada owner Store Tanjung Tabalog. *Jurnal Ebisnis Dan Pembangunan*, 11.
- Sudana, I. M., & Setianto, R. H. (2018). *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data Dengan SPSS* (pp. 1–209). Erlangga.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta, CV* (Issue April). Alfabeta, bandung.
- Sukma, A. N., Sumaryanto, & Susanti, T. (2020). Pengaruh Kualitas pelayanan, harga, dan Store Atmosphere Terhadap kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Hidden Place By Jox's Surakarta. *Junal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20, 167–177.
- Tantono, T. L. (2021). Pengaruh Service Quality dan Atmosphere Quality Zocco Coffee Terhadap Customer Satisfaction. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(6), 515–525.
- Tjiptono, F. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (Anastasia Diana (ed.); Cetakan 1).
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store'S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>
- Yuningsih, E., Siboro, L. P., Yokanan, R. T., Ekonomi, F., & Immanuel, U. K. (2023). *Pengaruh promotion , store atmosphere , dan service quality terhadap customer satisfaction dimediasi oleh purchase*. 1(1), 152–162.