



Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Kenangan

Yesda Simamora¹, Henny Indrawati², M. Yogi Riyantama³

^{1,2,3}Universitas Riau, Indonesia

E-mail: yesda3068@student.unri.ac.id, henny.indrawati@lecturer.unri.ac.id, m.yogi@lecturer.unri.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-10-11 Revised: 2024-11-27 Published: 2024-12-06 Keywords: <i>Store Atmosphere;</i> <i>Service Quality;</i> <i>Customer Satisfaction.</i>	Customer visits to a coffee shop, apart from wanting to enjoy food or drink products, consumers also expect a different experience. Therefore, this research aims to determine the influence of shop atmosphere and service quality on consumer satisfaction of Kopi Kenangan in Pekanbaru City. The research sample consisted of 50 people determined by accidental sampling. Data was collected using a questionnaire distributed directly to consumers and analyzed using multiple linear regression. The research results found that shop atmosphere and service quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction with memorable coffee. A comfortable store atmosphere and fast and friendly service have been proven to increase consumer satisfaction. There is a positive and significant influence between shop atmosphere on consumer satisfaction with memorable coffee. The better the shop atmosphere, the more consumer satisfaction will increase. In addition, the study also revealed that service quality has a positive and significant impact on consumer satisfaction. Improved service quality leads to higher levels of consumer satisfaction.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-10-11 Direvisi: 2024-11-27 Dipublikasi: 2024-12-06 Kata kunci: <i>Suasana Toko;</i> <i>Kualitas Pelayanan;</i> <i>Kepuasan Konsumen.</i>	Kunjungan pelanggan ke sebuah <i>coffeeshop</i> , selain ingin menikmati produk makanan atau minuman, konsumen juga mengharapkan pengalaman yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan di Kota Pekanbaru. Sampel penelitian terdiri dari 50 orang yang ditentukan dengan <i>accidental sampling</i> . Data dikumpulkan dengan kuesioner yang disebarkan langsung kepada konsumen dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menemukan suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kopi kenangan. Suasana toko yang nyaman serta pelayanan yang cepat dan ramah terbukti meningkatkan kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara suasana toko terhadap kepuasan konsumen kopi kenangan. Semakin baik suasana toko, maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat. Selain itu, hasil penelitian juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang disediakan, semakin besar juga peningkatan kepuasan konsumen.

I. PENDAHULUAN

Bisnis kuliner di Indonesia tumbuh dengan sangat pesat yang ditandai oleh tajamnya persaingan. Kemajuan zaman juga membawa perubahan dalam perilaku masyarakat, terutama dalam peran mereka sebagai konsumen. Di era digital saat ini, persaingan semakin ketat dan konsumen semakin cerdas dalam memilih produk yang ingin mereka beli. (Alfareza, 2023). Hal tersebut disebabkan oleh berbagai kemajuan teknologi yang dapat meningkatkan kecerdasan pelanggan dalam memilih dan memilih bentuk pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan pelaku usaha saja. Untuk itu suatu usaha harus menjalankan seluruh strategi pemasaran secara efektif dan efisien untuk

mengetahui sejauh mana dapat mengukur perkembangan suatu usaha (Aulia, 2023).

Dilihat dari sisi konsumen pada saat ini, mereka lebih memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih tempat makan atau minum yang akan dikunjungi. Salah satunya dalam mengunjungi *coffeeshop*. Ketika konsumen merasa bahwa *coffeeshop* tersebut tidak memberikan kepuasan, maka mereka dapat mengambil keputusan untuk meninggalkan atau bahkan tidak datang ke *coffeeshop* itu lagi. Kepuasan konsumen adalah hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang dialami oleh pelanggan. Kondisi ini mengharuskan para pengusaha untuk dapat bersaing dan bertahan terhadap banyaknya pesaing usaha dan memenuhi keinginan dari

konsumen. Keberhasilan usaha merupakan keberhasilan sebuah usaha dalam mencapai tujuan usahanya (Nurhayati *et al.*, 2023). Kepuasan konsumen dapat tercipta dari beberapa faktor, seperti penyediaan layanan terbaik dan menciptakan suasana yang nyaman oleh pelaku usaha. Keberhasilan suatu usaha sebagian ditentukan respon tanggap mereka akan startegi yang dapat dilakukan untuk usaha (Putra *et al.*, 2023).

Dalam kunjungan pelanggan ke sebuah *coffeeshop*, konsumen tidak hanya mencari produk makanan atau minuman, tetapi juga mengharapkan pengalaman yang berbeda. Oleh karena itu, *coffeeshop* perlu memberikan kesan dan pengalaman yang unik dengan menerapkan strategi yang mampu menyentuh emosi pelanggan. Salah satunya adalah dengan menciptakan suasana toko (*store atmosphere*) dan memberikan layanan berkualitas, sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan yang istimewa. Suasana toko merupakan kombinasi dari karakteristik toko (seperti arsitektur, tata letak, tanda-tanda, warna pencahayaan, suhu, suara, dan bau) yang bersama-sama dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Selain suasana toko, salah satu yang menjadi faktor kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut guna memenuhi keinginan konsumen. Kualitas layanan yang diberikan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi pelanggan (Widyasari, 2019). Di Kota Pekanbaru, *coffeeshop* tumbuh dan berkembang sangat pesat. Ada banyak sekali *coffeeshop* yang tersebar di Kota Pekanbaru. Hal tersebut disebabkan oleh daerah yang merupakan kawasan strategis untuk membuka dan menjalankan bisnis *coffeeshop*.

Salah satu *coffeeshop* yang terkenal di Kota Pekanbaru adalah Kopi Kenangan yang merupakan kedai kopi lokal terfavorit yang beralamat di Jl. H.R. Soebrantas, Kota Pekanbaru. Kopi kenangan unggul dibandingkan *coffeeshop* lain dengan menawarkan kualitas premium dan harga terjangkau, menjadikannya *accessible* untuk berbagai kalangan. Pertumbuhan cepat dan ekspansi yang luas menunjukkan skalabilitasnya, sementara strategi pemasaran kreatif dan penggunaan teknologi canggih, seperti aplikasi mobile, meningkatkan efisiensi dan pengalaman konsumen. Kopi Kenangan menawarkan berbagai jenis minuman, baik kopi maupun non-kopi, serta makanan pelengkap

seperti roti dan camilan lainnya. Berikut data penjualan Kopi Kenangan Panam periode Januari-Mei 2024 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Penjualan Kopi Kenangan
(Jainuairi-Mei 2024)

No	Bulan	Penjualan (Rupiah)
1	Januari	48.350.000,-
2	Februari	59.710.000,-
3	Maret	44.247.000,-
4	April	38.500.000,-
5	Mei	41.530.000,-

Sumber : Kopi Kenangan Ruko Panam, 2024

Tabel 1 memperlihatkan bahwa Kopi kenangan mengalami fluktuasi penjualan. Berdasarkan data dilihat bahwa meskipun ada bulan yang menunjukkan peningkatan penjualan yang signifikan seperti pada bulan Februari, tingkat penjualan Kopi Kenangan cenderung menurun sejak awal tahun. Hal ini dikarenakan berkurangnya konsumen yang melakukan pembelian. Kondisi ini dapat menjadi indikasi adanya masalah selain karena persaingan juga dapat menjadi indikasi adanya kekurangan dalam memenuhi harapan konsumen. Jika hal ini terjadi terus menerus, maka akan berdampak pada kerugian yang dialami Kopi Kenangan. Oleh karena itu, untuk mengatasi hal tersebut, pihak Kopi Kenangan perlu memperhatikan faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, seperti suasana toko dan kualitas pelayanan.

Yusuf (2021) menyatakan suasana toko dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pihak toko dalam memberikan suasana toko sudah baik yang membuat konsumen nyaman berada di dalam toko. Sementara menurut Rinta (2021) dalam penelitiannya menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* sudah sesuai dengan apa yang dilihat dan diharapkan oleh konsumen.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dikemukakan, maka penelitian ini dilakukan untuk untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian dilakukan di salah satu *coffeeshop* yang ada di Kota Pekanbaru, tepatnya di Panam yaitu Kopi Kenangan. Sampel penelitian sebanyak 50 orang konsumen yang diambil dengan teknik *accidental*

sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif serta regresi linear berganda. Hipotesis penelitian yang diajukan adalah suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

a) Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen

Hasil analisis deskriptif variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai *mean ideal* sebesar 15 dan standar *deviasi* sebesar 5. Jumlah nilai *mean ideal* akan dibandingkan dengan standar *deviasi* memperlihatkan kepuasan konsumen sudah diatas rata rata. Data mengenai kepuasan konsumen didapat dari kuesioner penelitian dengan jumlah item 5 pernyataan. Hasil analisis deskriptif variabel kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen

No	Interval	Kategori	Frekuensi	(%)
1	21 < skor ≤ 25	Sangat Tinggi	25	50
2	17 < skor ≤ 21	Tinggi	23	46
3	13 < skor ≤ 14	Sedang	2	4
4	9 < skor ≤ 13	Rendah	-	-
5	5 < skor ≤ 9	Sangat Rendah	-	-
Jumlah			50	100

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen Kopi Kenangan berada pada kategori sangat tinggi (50%) dengan rata rata 22,16. Artinya konsumen merasakan sudah sesuai antara harapan dengan kenyataan yang diterima, minta berkunjung kembali serta bersedia merekomendasikan agar orang lain datang ke Kopi Kenangan untuk menikmati kopinya.

b) Distribusi Frekuensi Suasana Toko

Hasil analisis deskriptif variabel suasana toko diperoleh dari nilai minimum sebesar 38, nilai maksimum sebesar 55, *mean ideal* sebesar 33 dan standar *deviasi* sebesar 10. Data mengenai suasana toko diperoleh melalui kuesioner penelitian dengan jumlah item 11 butir pernyataan, yang

masing-masing mempunyai skor 1 sampai 5. Hasil analisis deskriptif variabel suasana toko dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Suasana Toko

No	Interval	Kategori	Frekuensi	(%)
1	46,2 < skor ≤ 55	Sangat Baik	23	46
2	37,4 < skor ≤ 46,2	Baik	22	44
3	28,6 < skor ≤ 37,4	Sedang	4	8
4	19,8 < skor ≤ 28,6	Tidak Baik	2	2
5	11 < skor ≤ 19,8	Sangat Tidak Baik	-	-
Jumlah			50	100

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa tingkat suasana toko ada pada kategori sangat baik sebesar 46% dengan rata rata sebesar 47,58. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa suasana toko yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan sangat memuaskan.

c) Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *mean ideal* sebesar 42 dan standar *deviasi* sebesar 14. Besarnya *mean ideal* dengan standar *deviasi* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara umum sudah diatas rata-rata. Data mengenai kualitas pelayanan diperoleh melalui kuesioner penelitian dengan jumlah 14 pernyataan. Skor yang digunakan dalam kuesioner adalah 1 sampai 5. Hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan pada Kopi Kenangan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

No	Interval	Kategori	Frekuensi	(%)
1	58,8 < skor ≤ 70	Sangat Baik	26	52
2	47,6 < skor ≤ 58,8	Baik	19	38
3	36,4 < skor ≤ 47,6	Sedang	4	8
4	25,2 < skor ≤ 36,4	Tidak Baik	1	2
5	14 < skor ≤ 25,2	Sangat Tidak baik	-	-
Jumlah			50	100

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa tingkat kualitas pelayanan Kopi Kenangan berada pada kategori baik yaitu sebesar 52% dengan rata-rata 60,16. Artinya sebagian besar konsumen menganggap kualitas pelayanan di Kopi Kenangan sangat baik.

2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Sebelum data dianalisis dengan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus dipenuhi diantaranya adalah uji normalitas, linieritas, heteroskedastisitas dan multikolinearitas.

a) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel independen suasana toko dan kualitas pelayanan serta variabel dependen kepuasan konsumen memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig* pada hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Ketentuan suatu model regresi berdistribusi secara normal jika nilai signifikansi $>0,05$, maka data berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas suasana toko, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.00000000
	Std. Deviation	1.60883838
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	-.089
	Negative	.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Hasil uji normalitas dengan uji statistic *one sample Kolmogorov smirnov* dapat dilihat pada Tabel 5 besarnya nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,089 dengan nilai signifikansi 0,200. Residual data berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05, dari pengujian pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa untuk signifikasi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan residual data penelitian ini berdistribusi normal.

2) Uji Linearitas

Uji linieritas diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang

terjadi antara variabel independen yaitu suasana toko dan kualitas pelayanan dengan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen yang sedang diteliti. Apabila tingkat signifikansi diatas 5%, maka suatu variabel memiliki hubungan linier dengan variabel lainnya, sedangkan jika signifikansi pada *deviation from linearity* $<0,05$, maka hubungan antar variabel adalah tidak linear. Hasil rekapitulasi uji linearitas suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Linearitas

Uji Linearitas	Nilai Sig. Deviation from Linearity
Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen	0,247
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	0,954

Sumber : Data olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui pada bahwa sig. dari *deviation from linearity* suasana toko terhadap kepuasan konsumen adalah $0,247 > 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel suasana toko terhadap variabel kepuasan konsumen adalah signifikan linear. Kemudian nilai sig. dari *deviation from linearity* kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah $0,954 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen adalah signifikan linier.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode glejser, yang membandingkan hasil sig dari regresi variabel independen terhadap ABS (*Absolute Value*). ABS (*Absolute Value*) didapat dari hasil *unstandardized* regresi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian heterokedasitas dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

	B	Std.Error	Beta	T	Sig
constants	-1.343	2.543		-.528	.600
Suasana toko	.015	.044	.052	.336	.738
Kualitas pelayanan	.031	.029	.162	.1054	.298

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai sig. dari variabel suasana toko lebih besar dari 0,05 yaitu 0,738 dan kualitas pelayanan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,298. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

4) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*), jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

<i>collinearity Statistic</i>		
Modal	Tolerance	VIF
(constant)		
Suasana Toko	.980	1.021
Kualitas Pelayanan	.980	1.021

Sumber : Data Olahan, 2024

Berdasarkan pada Tabel 8 dapat dilihat *Variance Inflation Factor* (VIP) dari model analisis pada penelitian ini berada kurang dari angka 10, yaitu suasana toko memiliki VIF sebesar 1.021, dan kualitas pelayanan memiliki VIF sebesar 1.021. Sedangkan pada nilai *tolerance* semua variabel lebih besar dari 0,1 yaitu suasana toko memiliki *tolerance* sebesar 0,980 dan kualitas pelayanan memiliki *tolerance* sebesar 0,980. Berdasarkan kriteria yang disebutkan, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas pada variabel-variabel dalam penelitian ini.

b) Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi penelitian ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

variabel	Koefisien (B)	Signifikan (F)	Signifikan (t)	R square
Constant	5.584		.000	
Suasana Toko	.020	.000 ^b	.000	.450
Kualitas Pelayanan	.259		.000	

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 9 hasil dari F-statistik adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya dapat disimpulkan variabel suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil dari uji t dapat dilihat pada Tabel 9. Suasana toko menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menjelaskan bahwa suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen Kopi kenangan diterima.

Berdasarkan Tabel 9, dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,584 + 0,020X_1 + 0,259X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Konstanta 5,584 dapat diartikan apabila seluruh variabel independen konstan atau nol, maka besarnya kepuasan konsumen sebesar 5,584. Hasil ini berarti jika ada pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan sama dengan nol maka kepuasan konsumen akan sebesar 5,584. Jika tidak ada pengaruh antara variabel suasana toko dan kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen tetap terjadi atau ada.

Besarnya pengaruh variabel suasana toko terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 0,020 satuan. Artinya

jika suasana toko mengalami peningkatan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,020. Apabila Suasana toko Kopi Kenangan baik, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0,259 satuan. Dapat diartikan jika variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,259 satuan. Interpretasi tersebut dapat diartikan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan, dan jika kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen baik, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Uji koefisien determinasi (R^2) tujuannya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi memiliki rentang antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen. Berdasarkan nilai uji koefisien determinasi pada Tabel 4.23, besarnya nilai R^2 dalam model regresi diperoleh sebesar 0,450. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan sekitar 45% variasi dalam kepuasan konsumen di Kopi Kenangan. Sisanya, sekitar 55%, merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini seperti kualitas produk (Yulistria *et al.*, 2023) dan harga (Ariyanti *et al.*, 2022).

B. Pembahasan

1. Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Suasana toko dan kualitas pelayanan secara bersamaan (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan. Berdasarkan analisis regresi linear berganda bahwa variabel X_2 memiliki koefisien beta yang

paling besar. Artinya variabel Y lebih dominan dipengaruhi oleh variabel X_2 (kualitas pelayanan) dibandingkan variabel X_1 (suasana toko). Hal tersebut karena pelayanan karyawan Kopi Kenangan dilakukan dengan sangat baik dan konsumen merasa puas dengan pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan yang baik dapat dilihat dari *reliability* (keandalan), *responsive* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), serta *emphaty*. Selanjutnya, variabel suasana toko menjadi urutan kedua dalam penelitian ini karena suasana toko dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang positif dan meningkatkan persepsi konsumen. Konsumen merasa lebih nyaman dan menikmati waktu saat di toko, yang secara langsung dapat meningkatkan kepuasan keseluruhan konsumen

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya, (Lesnussa & Warbal, 2020) kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif signifikan pada kepuasan konsumen. Hasil lainnya yang sejalan dengan penelitian (Sholihah, 2020) dimana suasana toko memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian (Anggraini & Sulistyowati, 2020) menyatakan suasana toko dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Kenangan

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa suasana toko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan temuan ini, hipotesis yang menyatakan bahwa suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko memengaruhi kepuasan konsumen karena memberikan pengalaman positif yang diinginkan oleh konsumen di Kopi Kenangan. Konsumen cenderung akan nyaman dan betah berada di sebuah toko/*coffeshop* apabila suasananya menyenangkan dan mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Suasana yang dimaksud yaitu desain ruangan yang lebih menarik, menciptakan suasana *interior* maupun *eksterior* yang tepat dan

sesuai, tata letak yang memudahkan pergerakan konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Elsabet & Walyoto, 2023) yang menyatakan bahwa *store atmosphere* atau suasana toko memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik suasana toko, maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Selain itu menurut penelitian (Handoko, 2023) juga menyatakan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan dan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil tersebut hipotesis menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik memengaruhi kepuasan konsumen Kopi Kenangan. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari daya tanggap pelayan, kesiapan pelayan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, adanya jaminan yang diberikan karyawan kepada konsumen serta kepedulian karyawan terhadap keluhan konsumen

Hasil penelitian sejalan dengan Daniati & Suwena (2023), menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Selain itu penelitian Afrianto (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan. Hal ini menunjukkan apabila Kopi Kenangan memiliki kualitas pelayanan dan suasana toko yang baik, maka akan semakin tinggi

tingkat kepuasan konsumen Kopi Kenangan

2. Variabel suasana toko (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan. Artinya suasana toko mempunyai potensi yang kuat untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Faktor seperti tata letak yang menarik, pencahayaan yang baik, suhu ruangan yang baik terbukti meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk berkunjung kembali serta merekomendasikan Kopi Kenangan kepada orang lain.
3. Variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen Kopi Kenangan. Faktor seperti keramahan, keandalan, daya tanggap, kompetensi pelayanan, serta perhatian pelayan terhadap kebutuhan konsumen terbukti berkontribusi besar dalam meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk berkunjung kembali serta merekomendasikan Kopi Kenangan kepada orang lain.

B. Saran

1. Bagi Instansi

- a) Penelitian ini berguna bagi perusahaan untuk menjadi dasar pengambilan keputusan serta kebijakan terkait pentingnya suasana toko dan kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen. Selain itu juga sebagai masukan untuk meningkatkan strategi baru bagi perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain.
- b) Berdasarkan hasil penelitian variabel suasana toko menunjukkan bahwa indikator *interior display* merupakan yang paling rendah, maka saran yang dapat diberikan adalah agar pihak Kopi Kenangan meningkatkan tampilan *interior display* yaitu dengan memperbarui tampilan pajangan dekorasi lebih menarik dan menunjukkan kesan *coffeshop* yang kekinian.
- c) Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa indikator *reliability* merupakan yang paling rendah, maka perlu adanya upaya

peningkatan kemampuan karyawan terutama dalam mempertahankan konsistensi rasa kopi yang ditawarkan dengan merekrut karyawan yang kompeten dibidang pembuatan kopi, sehingga dapat meningkatkan kepuasan Kopi Kenangan dengan jangka waktu yang panjang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainnya, dikarenakan kontribusi variabel independen dalam penelitian ini sebesar 45% sehingga masih ada 55% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti kualitas produk (Yulistria *et al.*, 2023) dan harga (Ariyanti *et al.*, 2022).

DAFTAR RUJUKAN

- Alfareza, K., Indrawati, H., & Trisnawati, F. (2023). Strategi Pemasaran UMKM Keripik Tempe Di Kecamatan Singingi. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7 (1), 153-163. <https://doi.org/10.23969/oikos.v7i2.8589>
- Anggraini, I. D., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Visual Merchandising dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08(01), 660-666. <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n1.p%25p>
- Ariyanti, H. Hermawan, A. Izzudin, and U. M. Jember (2022) Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, *Jurnal: Manajemen Sumber Daya Manusia* vol. IX, 85-94.
- Aulia, F., Indrawati, H., & Syabus, H. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Sampurna di Kabupaten Kampar. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 23(2), 291-302. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v23i2.12721>
- Elsabet, Z. F., & Walyoto, H. (2023). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Mocitea Sragen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 10(2), 87-89.
- Daniati, R., & Suwena, K. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1). 45-52.
- Handoko, J. L. (2023). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Berunding Coffee Yogyakarta. *Performa Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 8(3). <https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.2985>
- Lesnussa, J., & Warbal, M. (2023). Pengaruh Sikap dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Public Policy; Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik Dan Bisnis*, 4(1), 31-46.
- Nurhayati, S., Indrawati, H., & Asmit, B. (2023). Pengaruh Umur Usaha, Kualitas Produk, Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Tahu Dan Tempe Di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 466-480. <https://doi.org/10.23969/oikos.v7i2.7614>
- Putra, E., Jaya, R., Indrawati, H., & Asmit, B. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Lingkungan Eksternal pada Keberhasilan Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal pendidikan kewirausahaan Indonesia*. 27-41. <https://doi.org/10.21632/perwira.6.1.27-41>
- Rinta. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Tong Susu Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) FISIP*, 9(1). 43-47.
- Safitri, R., Indrawati, H., Yogi, M., Isjoni, R., Keguruan, F., Pendidikan, I., & Riau, U. (2024). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Mixue Repurchase Intention Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Mixue. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6011-6023. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.5053>
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 750-756. <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n1.p%25p>

- Widyasari, N. (2019). Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kafe De Classe Gelato & Coffe Kota Blitar). *Jurnal Pendidikan kewirausahaan Indonesia*, 8(2), 33-36.
<https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i1.1948>
- Yulistria, E. P. Handayani, I. H. Susilowati, and S. Aulia, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira," vol. 11, no. 1, pp. 13–22, 2023.
<https://doi.org/10.31294/swabumi.v11i1.13980>
- Yusuf, M. Teddy Oswari, E. H. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Mc Donald's Di Kota Depok. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 15(2). 67-69.