

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN
KAFFE DE CLASSE GELATO & COFFE KOTA BLITAR)**

Novendya Widyasari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Dosen Pembimbing

Dr. Wahdiyati Moko SE.,MM.,CPHR

This study aims to determine the effect of store atmosphere and service quality on customer satisfaction. At the cafe De CLASSE Gelato & Coffee Blitar City. This type of research is explanatory research which explains the causal relationship between the variables through hypothesis testing. This study used a sample of 140 respondents, 140 respondents were individuals aged over 17 years and had visited the cafe De CLASSE Gelato & Coffee with a sampling technique using non-probability sampling. Hypothesis testing is done by looking at probability values and t-statistics. Data analysis used Statistical Product and Service Solution (SPSS) and assisted with SPSS for Windows ver 20.00 to facilitate research. From the results of testing on what has been done, it can be concluded that store atmosphere variables and service quality have a significant influence on customer satisfaction.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, Customer Satisfaction

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada kafe De CLASSE Gelato & Coffee Kota Blitar. Jenis penelitian ini *explanatory research* yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabelnya melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 140 responden, 140 responden tersebut ialah individu yang berusia diatas 17 tahun dan pernah mengunjungi kafe De CLASSE Gelato & Coffee dengan teknik sampel menggunakan *non-probability sampling*. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik. Analisis data menggunakan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* dan dibantu dengan *SPSS for windows ver 20.00* untuk memudahkan penelitian. Dari hasil pengujian terhadap yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel *store atmosphere* dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *store atmosphere*, kualitas layanan, kepuasan pelanggan

1. PENDAHULUAN

Saat ini persaingan bisnis dalam dunia kuliner sangat ketat,

sehingga pengusaha dituntut untuk dapat bersaing dan mengikuti arus perkembangan zaman dan

globalisasi. Perkembangan zaman juga mengakibatkan perubahan terhadap perilaku masyarakat terutama dalam perannya sebagai pelanggan, hal tersebut dikarenakan adanya berbagai kemajuan teknologi yang dapat

Meningkatkan kecerdasan pelanggan serta tidak mau lagi menerima bentuk pemasaran yang hanya sekedar berorientasi pada keuntungan semata.

Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2016), mencatat sektor kuliner berkontribusi sebesar 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif sebanyak Rp. 922 Triliun (Kompas, 2018). RI AR Boy Berawi selaku Deputi Riset Edukasi dan Pengembangan Bekraf menyatakan bahwa kuliner merupakan salah satu penopang industri kreatif. Dari 8,2 juta unit industri kreatif, 68% bergerak di industri kuliner. Oleh karena itu, persaingan antar usaha juga semakin meningkat.

Dilihat dari sisi pelanggan pada saat sekarang ini, mereka memiliki banyak alternative varian dan lebih selektif dalam memilih kafe yang akan dikunjunginya. Ketika pelanggan merasa bahwa kafe tersebut tidak dapat memuaskan mereka, maka kafe tersebut akan dengan mudah untuk ditinggalkan. Kepuasan dari pelanggan merupakan perbandingan antara harapan dan hasil nyata yang dirasakan pelanggan tersebut (Kotler & Keller, 2009). Kepuasan pelanggan akan tercipta dari beberapa faktor seperti adanya layanan terbaik dan menciptakan suasana nyaman yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis. Ketika seorang pelanggan

memperoleh layanan terbaik dan kafe tersebut memberikan kenyamanan dalam bersosialisasi dan bersantai, serta adanya intensitas kunjungan kembali yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan sudah tercipta dari sebuah kafe.

Dalam kunjungan pelanggan ke sebuah kafe, pelanggan tidak hanya mencari produk berupa makanan dan minuman saja, tetapi juga menginginkan pengalaman yang berbeda. Sehingga kafe tersebut harus memberikan kesan dan pengalaman yang berbeda dengan menerapkan strategi yang mampu untuk menyentuh emosi pelanggan. Salah satunya dengan cara menciptakan *atmosphere (store atmosphere)* dan kualitas layanan yang baik, sehingga pelanggan dapat tertarik untuk melakukan pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kristiana (2017), menyebutkan bahwa keindahan *store atmosphere* akan membentuk citra yang positif di benak pelanggan, sehingga adanya minat untuk mengunjungi kafe tersebut secara berulang-ulang, karena pelanggan merasa nyaman berada di kafe tersebut. hal ini dapat menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam mengunjungi sebuah kafe. Pelanggan sebuah kafe pada umumnya mencari kafe yang dapat memberikan kenyamanan ketika mereka berkumpul dan bersosialisasi, kafe dengan desain dan interior yang menarik akan lebih diburu pengunjung dibandingkan kafe dengan desain yang sederhana.

Selain *store atmosphere*, salah satu yang menjadi faktor kepuasan

pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan menurut Tjiptono (2014), merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut guna memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung, sebaiknya dilihat berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan, sebab pelangganlah yang akan merasakan pelayanan disebuah kafe.

Kota Blitar merupakan salah satu daerah yang berada di Provinsi Jawa Timur dan terkenal dengan kanca wisata sejarah. Kota Blitar terkenal sebagai tempat dimakamkannya Presiden pertama Republik Indonesia, yaitu Bapak Ir. Soekarno. Oleh karena itu, Kota Blitar menjadi salah satu destinasi yang dipilih oleh wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Banyaknya kunjungan wisatawan ke Kota Blitar secara tidak langsung memberikan dampak terhadap usaha kuliner yang terkenal dengan makanan dan minuman yang khas, tempat yang nyaman bagi wisatawan untuk berkumpul serta memiliki hargayang terjangkau, salah satu usaha kuliner yang ada di Kota Blitar adalah De CLASSE Gelato & Coffe.

De CLASSE Gelato & Coffe memiliki menu utama adalah gelato, yaitu ice cream Italia dan berbagai macam coffe. De CLASSE Gelato & Coffe memilikidesain outlet yang menarik yaitu dengan mengusung konsep industrial kafe yang dilengkapi dengan fasilitas

penunjang yang dapat dinikmati pengunjung. De CLASSE Gelato & Coffe memiliki suasana yang nyaman dan memiliki pegawai yang ramah sehingga menarik perhatian pengunjung disegala usia. Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan De CLASSE Gelato & Coffe)**”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Store Atmosphere

Suasana toko merupakan salah satu faktor yang dimiliki oleh toko untuk menarik konsumen. Menurut (Levy, 2001) dalam Sopiah dan Sangadji (2016) *Atmosphere refers to the design of an environment via visual communication, lighting, colors, music, and scent that stimulate customers, perceptual and emotional responses and ultimately to affect their purchase behavior.* Berdasarkan definisi diatas Atmosphere adalah suatu rancangan dan suatu desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan, dan akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan.

Menurut (Berman, 2001) dalam Sopiah dan Sangaji terdiri dari empat elemen yaitu *Eksterior, general interior, store layout, interior display.*

Kualitas Layanan

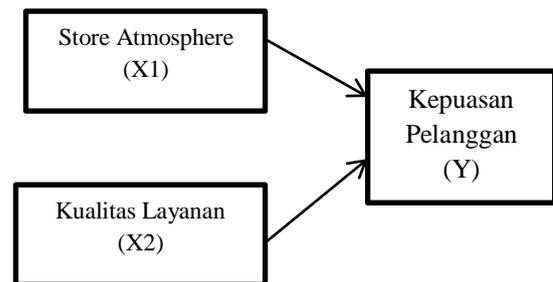
Kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan atau keistimewaaan dapat didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang

relatif istimewa terhadap harapan pelanggan. Jika perusahaan melakukan suatu hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, hal tersebut mengidentifikasikan bahwa perusahaan tidak memberikan kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2014) tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan Kotler dan Keller (2009). Menurut Kotler dan Keller (2009) terdiri dari lima indikator yaitu kehandalan, daya tangkap, bukti fisik, jaminan, dan empati.

Kepuasan Pelanggan

Salah satu tujuan dari kegiatan pemasaran yang diharapkan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah atau kecewa seseorang perasaan senang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap harapan mereka (Kotler dan Keller, 2009). Kepuasan pelanggan merupakan persepsi diri sendiri dari kinerja produk atau pelayanan dalam hubungannya dengan atau ekspektasi pelanggan itu sendiri masing-masing individu akan mengalami ekspektasi yang berbeda-beda (Tjiptono, 2014). Menurut Tjiptono (2014) terdapat lima indikator yaitu pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi kepuasan tidak diukur langsung, niat beli ulang, ketersediaan untuk merekomendasikan.

HIPOTESIS PENELITIAN



Gambar 1. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan pada variable *Store atmosphere* (X₁) terhadap variabel **Kepuasan Pelanggan (Y)** pada kafe **De CLASSE Gelato & Coffee**

H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel **Kualitas Layanan (X₂)** terhadap variabel **Kepuasan Pelanggan (Y)** pada kafe **De CLASSE Gelato & Coffee**

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* yang menjelaskan atau pengaruh antar variabel independen dan dependen. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 140 responden dimana penyebaran kuesioner dilaksanakan di kafe De CLASSE Gelato & Coffee Kota Blitar. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Sampel dalam penelitian ini merupakan pelanggan kafe De

CLASSE Gelato & Coffee. instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Instrumen tersebut diuji menggunakan uji validitas, uji realibilitas, dan uji asumsi klasik. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji ketepatan model. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t.

4. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang diperoleh, sebagian besar responden berjenis kelamin wanita, sebagian besar responden berusia 17-25, sebagian besar responden asal Kota/Kabupaten yaitu Kota Blitar, pendidikan terakhir responden sebagian besar pendidikan terakhir SMA, jenis pekerjaan responden didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa dengan pendapatan kurang dari Rp 1.000.000 perbulan, berdasarkan intensitas kunjungan berdasarkan responden yaitu pelanggan minimal dua kali mengunjungi kafe. Kuesioner yang disebar telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang memenuhi uji asumsi klasik dapat dilakukan uji regresi linier.

Tabel 1: Analisis Regresi Linier Berganda.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
	(Constant)	2.146	1.556				1.380
1 Store Atmosphere	.120	.020	.363	5.916	.000	.886	1.128
Kualitas Layanan	.512	.058	.531	8.647	.000	.886	1.128

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dituliskan persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dengan persamaan sebagai berikut.

Model Umum Regresi Linier

$$Y = 0,363 X_1 + 0,531 X_2$$

Persamaan ini menunjukkan hal-hal sebagai berikut:

- Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,363 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (Store Atmosphere). Jadi apabila store atmosphere mengalami peningkatan satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,363 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,531 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 kualitas layanan. Jadi apabila kualitas layanan mengalami peningkatan satuan, maka kepuasan pelanggan akan

meningkat sebesar 0,531 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

4.2 Uji Hipotesis

4.2.1 Hasil Pengujian Parsial (uji t)

Tabel 2: Hasil Pengujian Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error						Beta
(Constant)	2.146	1.556		1.380	.170			
Store Atmosphere	.120	.020	.363	5.916	.000	.886	1.128	
Kualitas Layanan	.512	.059	.531	8.647	.000	.886	1.128	

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

1. Uji Hipotesis Antara Variabel Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil t test antara X_1 (Store Atmosphere) dengan Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan t hitung = 5,916. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$) adalah sebesar 1,977. Karena t hitung > t tabel yaitu $5,916 > 1,977$ atau nilai sig t ($0,000$) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Store Atmosphere) terhadap Kepuasan Pelanggan adalah signifikan. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Hipotesis Antara Variabel Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil t test antara X_2 (Kualitas Layanan) dengan Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan t hitung = 8,647. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$) adalah sebesar 1,977. Karena t hitung > t tabel yaitu $8,647 > 1,977$ atau nilai sig t ($0,000$) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (Kualitas Layanan) terhadap Kepuasan Pelanggan adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini

berarti terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada kafe De CLASSE Gelato & Coffee Kota Blitar)” dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan Store Atmosphere yang semakin meningkat dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan hasil penelitian menunjukkan Kualitas Layanan yang semakin meningkat dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Maka peneliti dapat memberikan saran yaitu Pihak manajemen kafe de CLASSE Gelato & Coffee perlu meningkatkan dan mengoptimalkan kesediaan lahan parkir yang disediakan oleh kafe De CLASSE Gelato & Coffee agar pelanggan puas atas parkir yang disediakan dan Pihak manajemen kafe De CLASSE Gelato & Coffee perlu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, melalui peningkatan kinerja karyawan dengan cara melakukan training tentang melayani pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Agmasari, Silvita. 2018. *Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia.* <<https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/1850>

00027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia>

diakses pada 5 Januari 2019.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* jilid 2, edisi ketiga belas. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Maria Kristiana. 2017 . 'Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

Konsumen Café Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya'. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No.1.*

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2016. *Salesmanship (kepenjualan)*. PT Bumi Aksara, Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.