

Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dira Cafe And Pool Pontang Ambulu

Indah Pusparini¹⁾, Achadyah Prabawati ²⁾

¹⁾Prodi Ilmu Administrasi Niaga

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan

email: indahp966@gmail.com

²⁾Dosen Prodi Ilmu Administrasi Niaga

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan

email: Achadyahprabawati@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengunjungi Dira Cafe and Pool Pontang Ambulu. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan tehnik *incidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan *software* IBM SPSS 22. Secara keseluruhan dari tiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, ketiganya memiliki garis diterima. Hasil pengujian secara simultan *store atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar $600 > 3,15$ dengan nilai signifikansi 0,000. Secara parsial *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar $5,057 > 1,660$ dengan signifikansi 0,000, kemudian untuk kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar $4,498 > 1,660$ dengan signifikansi 0,000.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of store atmosphere and product quality on consumer satisfaction. This research is a quantitative research. The population in this study were all consumers who visited Dira Cafe and Pontang Ambulu Pool. Sampling in this study using incidental sampling technique with a total sample of 100 respondents. The analytical method is multiple regression analysis using IBM SPSS 22 software. Overall of the three hypotheses proposed in this study, all three have acceptable lines. Simultaneous test results store atmosphere and product quality affect consumer satisfaction by $600 > 3.15$ with a significance value of 0.000. Partially, store atmosphere has an effect on customer satisfaction by $5.057 > 1.660$ with a significance of 0.000, then for product quality it has an effect on customer satisfaction of $4.498 > 1.660$ with a significance of 0.000.

Keywords: *Store Atmosphere, Product Quality, Consumer Satisfaction.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini bisa dikatakan dalam tahap pemulihan setelah dunia dinyatakan telah membebaskan diri dari *Corona Virus*. Hal tersebut menuntut setiap pengusaha agar dapat memaksimalkan kinerja dari usahanya guna mampu bersaing di pasar. Oleh karena itu perusahaan mereka harus mampu memahami dari setiap kebutuhan dan keinginan konsumen agar terciptanya kepuasan bagi konsumen sehingga tetap dapat mempertahankan usahanya dalam persaingan pasar.

Salah satu usaha yang akan mulai memulihkan performanya dalam perkembangannya usaha bisnis adalah usaha dalam bidang makanan atau yang biasa disebut dengan istilah kuliner. Seperti yang kita tahu, dalam pergerakan usaha kuliner ini ditandai dengan semakin banyaknya usaha yang bergerak dibidang tersebut dengan produk yang sama akan tetapi dari segi harga, pelayanan dan suasana yang berbeda serta beraneka ragam. Dalam hal demikian pelaku usaha dituntut untuk selalu berfikir kreatif dan maju untuk dapat bersaing dalam menarik dan mempertahankan konsumen agar tetap merasa puas dengan produk dan jasa yang mereka tawarkan.

Kepuasan konsumen merupakan suatu keharusan yang harus diperhatikan dalam setiap usaha utamanya dalam usaha kuliner. Menurut Kotler (2013:102) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Hal ini diartikan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau puas yang dirasakan oleh individu atau sekelompok orang karena antara harapan dan kenyataan dalam menggunakan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepuasan konsumen akan memberikan banyak keuntungan bagi para pelaku usaha, oleh sebab itu mempertahankan kepuasan untuk para konsumen sangat penting agar mereka membeli barang atau jasa yang telah mereka konsumsi. Kepuasan konsumen juga mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif sehingga dapat merekomendasikan kepada calon konsumen lain dan menginformasikan hal baik dari perusahaan (Daryanto, 2014:102). Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator terdepan yang nantinya akan menentukan keberhasilan dari suatu usaha. Dimana dengan kepuasan konsumen dapat mengukur bagaimana baiknya tanggapan konsumen terhadap masa depan suatu perusahaan. Dengan memperhatikan kepuasan konsumen maka perusahaan akan dapat mempertahankan keberadaannya (Kotler, 2013:102). Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk dari waktu ke waktu selalu berubah. Kebutuhan, keinginan dan harapan tidak akan sama dengan hari-hari sebelumnya tergantung kondisi internal dan eksternal pada konsumen itu sendiri.

Faktor-faktor yang mendorong kepuasan konsumen diantaranya seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* (suasana cafe). Kualitas produk menjadi salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan kesesuaian antara

kebutuhan dan keinginan atas suatu produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan (Purnama, 2013:30). Kualitas produk merupakan kemampuan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya bisa dari sifat dan karakteristik produk tersebut. Dalam hal ini perlunya suatu usaha dalam memberikan kualitas produk sebaik mungkin untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku usaha pada dunia usaha yaitu *store atmosphere* (suasana cafe). *Store atmosphere* adalah karakteristik fisik dari suatu perusahaan yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan (Berman, 2010:100). Pada dasarnya, *store atmosphere* ini mengacu pada karakteristik fisik cafe yang digunakan untuk mengembangkan citra dan daya tarik konsumen berdasarkan suasana cafe yang dilihat dari desain dan penataan ruangan yang disediakan. Sehingga ini berarti, suasana cafe merupakan karakteristik fisik yang digunakan untuk membangun kesan menarik konsumen. Dalam hal ini, ketika *store atmosphere* dapat dikelola dan didesain dengan menarik, maka mampu menampilkan suasana cafe juga menarik dari usaha dan memposisikan *image* dalam benak konsumen.

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara umum dipengaruhi oleh *store atmosphere* dan kualitas produk yang ada segala tempat penelitian yang dijumpai. Beberapa bukti empiris (Dahmiri dan Sylvia, 2020) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi *store atmosphere* dan kualitas produk (Monica dan Mohamad, 2013, Dahmiri dan Sylvia, 2020, dan Maria, 2017). Sedangkan penelitian (Lily, dkk, 2014) menunjukkan hasil *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berbeda lagi menurut hasil penelitian dari (Eka dan Eka, 2020) membuktikan bahwa ternyata kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa terdapat ketidak konsistenan terhadap penelitian terdahulu, sehingga penelitian mengenai *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen masih menarik untuk dilakukan penelitian kembali.

Bagi perusahaan khususnya yang bergerak dalam kuliner kedua hal tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam upaya meningkatkan daya saing perusahaan. Usaha cafe saat ini menjadi salah satu usaha yang sedang meningkat pertumbuhannya serta memiliki persaingan yang ketat dalam usaha di bidang kuliner. Menurut Budiningsih (2012:60) cafe atau cape adalah suatu restoran kecil yang berada diluar hotel. Budaya datang ke cafe merupakan suatu bentuk kebiasaan tersendiri baik untuk kalangan remaja bahkan orang tua, kebiasaan tersebut bahkan menjadikan peluang besar bagi setiap pelaku usaha yang ingin mengembangkan bisnisnya. Seperti di Kabupaten Jember sendiri cafe juga sudah biasa ditemui diberbagai titik sudut kota, apalagi di kawasan yang notabennya mudah diakses oleh kalangan mahasiswa. Tidak hanya kota saja, saat ini cafe juga sudah merambah kekecamatan bahkan di desa-desa. Salah satunya di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember termasuk daerah yang mengikuti perkembangan trend dunia usaha saat ini

termasuk bisnis cafe. Ada beberapa cafe yang di dirikan di Kecamatan Ambulu seperti di bawah ini:

Tabel 1. Daftar Usaha Cafe di Kecamatan Ambulu

NO	NAMA	NO	NAMA
1	Kampoeng Caffé	11	Hobi Kopi Ambulu
2	Dira Cafe And Pool	12	Kedai Konco Ngopi
3	Cafe D'QYU	13	SR Cafe
4	Cafe Pandawa	14	Bosse Cafe
5	Cafe Nun	15	Wedang Koffie
6	Teras Larisso	16	Arnong Coffee
7	Randevoo Coffe	17	Bening Cafe
8	Teman Sandiwara	18	Kopi Siipp Toast
9	Djoglo Larisso	19	Dira Cafe Korea
10	BNR Kafe	20	Sejalan Kopi

Sumber : Observasi Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas banyak cafe yang sudah di dirikan di kecamatan Ambulu Kabupaten Jember, akan tetapi salah satu cafe yang membuat peneliti tertarik untuk dijadikan tempat penelitian adalah Dira Cafe and Pool karena berbeda dengan cafe-cafe lainnya di Ambulu. Salah satu perbedaannya adalah Dira Cafe and Pool mengusung konsep cafe dengan tema kolam renang, dimana kursi dan meja cafe ditempatkan didalam kolam renang dengan sensasi air kolam semata kaki. Sehingga para konsumen yang datang ke Dira Cafe and Pool bisa menikmati makanan dan minuman sekaligus menikmati suasana makan di atas kolam renang, dan hal ini adalah hal yang berbeda dengan konsep cafe pada umumnya.

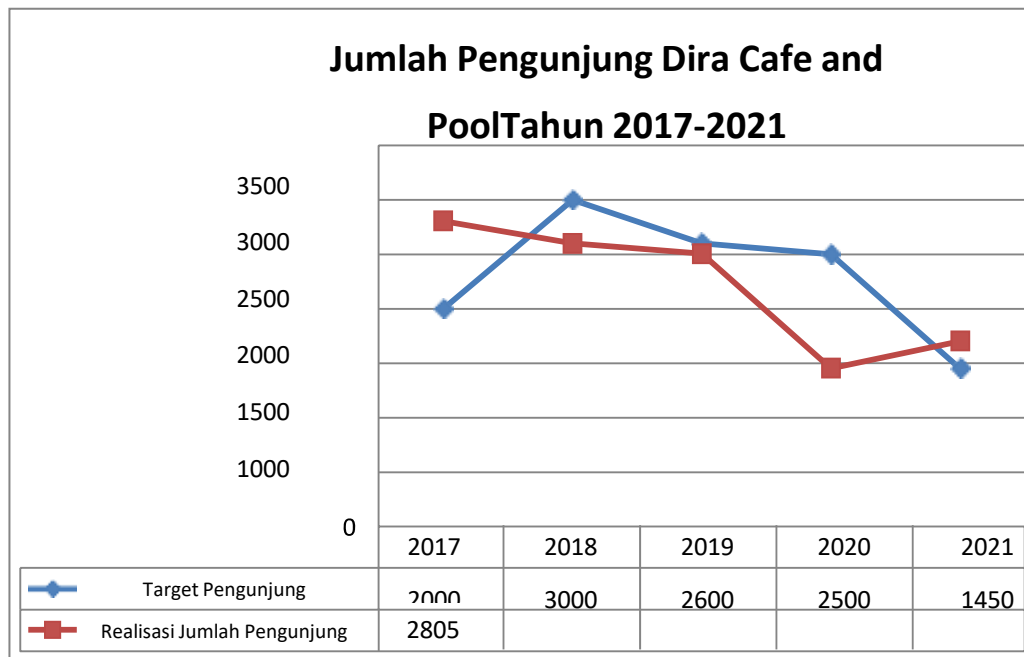
Dira Cafe and Pool yang ada di Kecamatan Ambulu ini merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yang mengikuti tren kaum milenial semenjak tahun 2017 dengan pemilik Bapak Ponimin, pemilik mendirikan cafe ini karena terinovasi dengan meningkatnya pertumbuhan cafe saat itu. Pemilik mengkonsep cafe ini agar berbeda dengan cafe-cafe lain dengan memanfaatkan wisata kolam yang sudah berdiri terlebih dahulu sebelum adanya cafe, dengan tidak hanya menyediakan makanan dan minuman saja tetapi juga menyediakan konsep-konsep penataan tempat yang bagus untuk pengunjung berfoto.

Dalam hal ini, dengan adanya persaingan bisnis cafe yang ada di Ambulu saat ini setelah terjadinya pandemi tentunya konsumen memiliki faktor-faktor yang membuat mereka akhirnya berminat datang ke Dira Cafe and Pool. Bisa jadi konsumen sudah mulai merasa jenuh selalu dirumah, karena kita tahu selama dua tahun terakhir segala aktivitas terkungkung oleh keadaan yang selalu dilakukan dari rumah. Sehingga ketika keadaan sudah mulai normal, setiap orang bersemangat lagi untuk merasakan sensasi menikmati makan dan minum diluar rumah seperti halnya mendatangi cafe.

Menindaklanjuti observasi yang dilakukan peneliti di tempat penelitian, berikut data jumlah pengunjung Dira Cafe and Pool pada Tahun 2017-2021 sebagai

berikut:

Gambar 1. Data jumlah pengunjung Dira Cafe and Pool pada Tahun 2017-2022



Sumber : Dira Cafe and Pool Ambulu diolah (2022)

Berdasarkan gambar 1.1 diketahui bahwa jumlah pengunjung Dira Cafe and Pool Ambulu 2020, selama 5 tahun terakhir mengalami kenaikan di awal berdirinya Dira Cafe and Pool dan mengalami penurunan di 3 tahun sampai akhirnya di tahun 2021 berhasil menembus target jumlah pengunjung. Sebagaimana secara rinci mengenai gambar 1.1 dimana tahun 2017 Dira Cafe and Pool menargetkan pengunjung sejumlah 2.000 pengunjung, tapi ternyata realisasi jumlah pengunjung melebihi target, yaitu sejumlah 2.805 pengunjung. Tahun 2018 Dira Cafe and Pool optimis menargetkan jumlah pengunjung sejumlah 3.000 pengunjung, tapi ternyata realisasi jumlah pengunjung tidak sesuai dengan target bahkan mengalami penurunan dengan jumlah 2.600 pengunjung, dan hal ini sekaligus menandakan jumlah pengunjung tahun 2017-2018 mengalami penurunan sejumlah 205 pengunjung.

Tahun 2019 Dira Cafe and Pool menargetkan pengunjung sesuai jumlah realisasi pengunjung di tahun 2018 dengan jumlah 2.600 pengunjung, akan tetapi realisasi jumlah pengunjung berada di jumlah 2.505, dimana ini masih menandakan bawa dari tahun 2018-2019 Dira Cafe and Pool mengalami penurunan sejumlah 95 pengunjung. Tahun 2020 Dira Café and Pool memberikan target pengunjung sejumlah 2.500, akan tetapi ternyata realisasi pengunjung sejumlah 1.452, hal ini menandakan bahwa dari tahun 2019-2020 Dira Cafe and Pool masih mengalami penurunan sejumlah 48 pengunjung. Tahun 2021 Dira Cafe and Pool menargetkan pengunjung sejumlah 1.450 pengunjung, dan ternyata realisasi pengunjung melebihi target dengan jumlah 1.701 pengunjung, dalam hal ini Dira Cafe Pool tahun 2021 mengalami peningkatan jumlah pengunjung sejumlah 251 pengunjung.

Berdasarkan data yang ada, ini merupakan satu masalah yang membuat peneliti tertarik meneliti di Dira Cafe and Pool, berkaitan dengan adanya jumlah pengunjung di Dira Cafe and Pool selama 5 tahun berturut-turut ini masih mengalami peningkatan di awal tahun berdirinya dan mengalami penurunan jumlah pengunjung dan masih terjadi ketidaksesuaian target pengunjung dengan realisasi jumlah pengunjung. Berdasarkan hasil observasi peneliti terkait data yang didapat dari Dira Cafe and Pool, menjelaskan bahwa ketidaksesuaian target dan realisasi dari total pengunjung adalah adanya cafe-cafe baru yang bermunculan dengan mengusung *store atmosphere* (suasana cafe) dan produk makanan dan minuman yang hampir serupa dengan Dira Cafe and Pool. Di awal berdirinya, Dira Cafe and Pool merupakan pelopor cafe yang pertama kali di ambulu dengan mengusung tema *indoor* dan *outdoor* dan yang menyajikan *store atmosphere* (suasana cafe) dengan desain yang unik dan menarik. Dengan menyediakan berbagai tema spot foto yang unik, dan di iringi dengan *live music* setiap minggunya membuat Dira Cafe and Pool ini banyak digemari oleh setiap pengunjung.

Hal ini dikarenakan munculnya pilihan cafe yang ada saat ini yang juga memberikan konsep yang hampir serupa dengan Dira Cafe And Pool. Menurut observasi peneliti, penurunan yang signifikan terjadi karena konsumen memiliki tingkat jenuh dengan spot-spot foto yang selalu sama dijumpai dalam setiap minggunya. Hal ini membuat para konsumen berpindah dari cafe yang satu ke yang lainnya yang mana menurut mereka untuk mencari suasana cafe yang baru setiap minggunya. Oleh karena itu, tuntutan dalam memberikan suguhan *store atmosphere* yang baik akan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen, karena berdasarkan observasi peneliti dilapangan, kebanyakan konsumen akan mengunjungi setiap cafe yang baru buka karena menurut mereka akan menyuguhkan *store atmosphere* (susana cafe) yang berbeda dan terbaru. Sehingga menjadi hal yang unggul disatu *store atmosphere* dengan menyuguhkan konsep cafe diatas kolam renang tidak mampu membuat konsumen selalu puas.

Selain *store atmosphere* (susana cafe) yang menjadi pertimbangan, kualitas produk juga menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih cafe yang akan mereka kunjungi. Pada kenyataannya konsumen yang kurang puas dengan kualitas produk yang diberikan akan beralih ke produk pengganti yang memiliki kualitas yang lebih unggul. Dimana hal ini memungkinkan konsumen untuk beralih ke kompetitor yang mampu memberikan produk yang lebih baik. Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan sebagai salah satu faktor yang dapat membantu dalam mencapai tujuan usaha serta daya beli pasar. Peningkatan kualitas suatu produk merupakan suatu hal yang wajib dilakukan bagi para pelaku usaha yang dilakukan secara berkelanjutan selama usaha tersebut masih berlangsung.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti menemukan kualitas produk Dira Cafe and Pool belum ada inovasi yang baru, sehingga ini juga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tidak tercapainya target pengunjung di Dira Cafe and Pool. Pada dasarnya setiap konsumen yang mengunjungi Dira Cafe and

Pool ini selain menikmati *store atmosphere* (susana cafe) yang disuguhkan, tetapi pastinya ingin menikmati cita rasa dari kualitas produk yang disajikan. Akan tetapi apabila suatu cafe hanya memberikan menu makanan dan minuman hanya seperti itu saja, pastinya akan kalah dengan cafe lainnya yang bisa berinovasi menambah menu, maupun membuat menu yang benar-benar baru.

Berdasarkan pada uraian latar belakang tersebut diatas maka dengan ini penulis ingin mengambil judul “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dira Cafe And Pool Pontang Ambulu”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Lupiyoadi (2011:52) manajemen pemasaran merupakan analisa, perencanaan, pelaksanaan serta control segala program-program yang telah direncanakan dalam hubungannya dengan pertukaran-pertukaran yang diinginkan terhadap konsumen yang dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama. Menurut Kotler (2013:71) manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam memilih target targer pasar dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang umum.

Berdasarkan beberapa definisi diatas disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu yang mencakup kegiatan analisis, perencanaan dan pengendalian produk dan jasa yang berdasarkan pada suatu proses pertukaran dan bertujuan untuk menghasilkan kepuasan bagi konsumen maupun pelanggan dalam rangka mencapai tujuan dari organisasi.

2.2 Kepuasan Konsumen

Menurut Daryanto (2014:49), kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Sehingga seseorang akan memiliki perasaan puas ketika apa yang dibutuhkan dan diinginkan bisa terpenuhi dengan baik. Dalam penelitian ini menggunakan elemen pembentuk kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2013 : 101) diantaranya adalah:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat kunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

2.3 Store Atmosphere

Menurut Bob Foster (2011:108) *store atmosphere* merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan, hal ini dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perancangan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan

pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan elemen *store Atmosphere* menurut Berman (2010:96) yang terdiri sebagai berikut:

1. *Eksterior* (bagian luar cafe)
2. *General interior* (bagian dalam cafe)
3. *Store layout* (tata letak cafe)
4. *Interior display* (Penataan produk)

2.4 Kualitas Produk

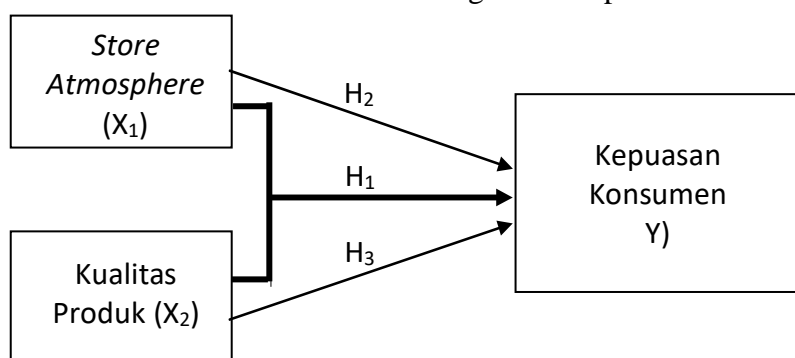
Menurut Purnama (2013:30) kualitas produk merupakan kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk kedalam spesifikasi produk yang dihasilkan. Dalam penelitian ini menggunakan elemen kualitas produk menurut Lupiyoadi (2013:89) adalah sebagai berikut:

- a. Estetika
- b. Kualitas yang dipersepsikan



2.5 Kerangka Konseptual

Store atmosphere dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang selanjutnya disampaikan dalam kerangka pemikiran berikut ini:

Gambar 2. Kerangka Konseptual



Keterangan:

-  Berpengaruh Secara Simultan
 Berpengaruh Secara Parsial

2.1 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran yang telah dijabarkan di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H₁ : *Store atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.
 H₂ : *Store atmosphere* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
 H₃ : Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan dengan

pendekatan *explanatory research*. Menurut Sugiyono (2014:56) metode *explanatory research* adalah metode penelitian dengan maksud menjelaskan kedudukan setiap variable yang diteliti serta pengaruh dari satu variable dengan variable lainnya.

Lokasi penelitian ini pada Dira Cafe and Pool yang terletak di Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember yang dimulai pada bulan April 2022 sampai dengan bulan Juni 2022.

Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen dari Dira Cafe and Pool Pontang Ambulu baik yang mereka yang berada di Dira Cafe and Pool (sedang berkunjung) maupun yang berada diluar Dira Cafe and Pool (sedang tidak berkunjung) dengan jumlahnya yang tidak diketahui dengan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 sampel dengan ini cara penyampaian atau penyebaran kuesioner dilakukan baik di lingkungan Dira Cafe and Pool dan di lingkungan luar Dira Cafe And Pool yang mana akan diberikan kuesioner sampai memenuhi 100 responden.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada sampel penelitian. Serta data sekunder yang diperoleh melalui wawancara yang dilakukan dengan manager cafe.

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas seluruh item variabel memiliki nilai koefisien lebih dari 0,1948. Dan berdasarkan uji reliabilitas nilai koefisien cronbach Alpha seluruh variabel lebih dari 0,6. Sehingga seluruh item pernyataan variabel dinyatakan valid dan reliabel.

Data yang diperoleh kemudian dilakukan Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji normalitas data yang telah diolah memiliki nilai distribusi yang normal. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1 Analisis Data

a. Koefisien Determinasi

Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar model mampu menjelaskan variable independen ditambahkan dalam model Ghazali (2013:89). Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar model regresi mampu menjelaskan variable terikat. Adapun hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada Tabel 4.1.1.

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,962	0,925	0,924	1,052

Sumber : data primer diolah, (2022).

Berdasarkan Tabel 2, diketahui nilai determinan *R Square* sebesar 0,962 atau 96,2% yang berarti bahwa sumbangan atau kontribusi dari variabel *store atmosphere* (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen sebesar 96,2%. Sedangkan sisanya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Adjusted } R^2 &= \text{Nilai kritis dari } R^2 \\ &= 0,924 \text{ yaitu } 92,4 \% \end{aligned}$$

Sehingga 7,6% secara parsial dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diterangkan pada penelitian ini.

b. Koefisien Regresi

Model regresi berganda adalah sebuah model regresi yang menggunakan lebih dari dua variable. Hasil analisis regresi linier berganda bisa dilihat pada tabel 3, sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized	Standardized	Sig
	Coefficients	Coefficient	
	B	Beta	
(Constant)	2,837		0,001
<i>Store Atmosphere</i>	0,296	0,514	0,000
Kualitas Produk	0,410	0,457	0,000

Sumber : data primer diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh persamaan analisis regresi berganda yaitu:

$$Y = 2,837 + 0,296 X_1 + 0,410 X_2$$

Kepuasan Konsumen = 2,837 + 0,296 *Store Atmosphere* + 0,410 Kualitas Produk.

dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai Konstanta = 2,837

Nilai konstanta positif sebesar 2,837 artinya menunjukkan tanpa dipengaruhi oleh variabel *store atmosphere* (X_1) dan kualitas produk (X_2) nilai konstanta kepuasan konsumen (Y) sebesar 2,837.

b. *Store atmosphere* (X_1) = 0,296

Dengan peningkatan suatu variabel *store atmosphere* (X_1) maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,296. Artinya semakin baik *store atmosphere* (X_1) maka semakin tinggi kepuasan konsumen (Y).

c. Kualitas Produk (X_2) = 0,410

Dengan peningkatan suatu variable kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,410. Artinya semakin baik kualitas produk (X_2) yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan konsumen (Y).

4.2 Uji Hipotesa

a. Uji Hipotesa Simultan

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{Tabel} . Untuk *degree of freedom* ($df_1 = k-1$, $df_2 = n-k$). besarnya df adalah $df_1 = 3-1 = 2$, $df_2 = 100-3 = 97$, pada taraf signifikan 95 % atau α 5% diperoleh nilai $F_{tabel} = 3,15$.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesa Simultan

F_{tabel}	F_{hitung}	Sig
3,15	600	0,000

Sumber : data primer diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $600 > 3,15$ dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikannya $< 0,05$, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *store atmosphere* dan kualitas produk secara signifikan bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Hipotesa Parsial

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- t_{tabel} diperoleh dengan derajat bebas (df) : $df = n - k$

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesa Parsial

Variabel	t_{tabel}	t_{hitung}	Sig	Keterangan
<i>Store Atmosphere</i>	1.660	5,057	0,000	Diterima
Kualitas Produk	1.660	4,498	0,000	Diterima

Sumber : data primer diolah, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat nilai t , t_{tabel} : $100 - 3 = 97$ maka diperoleh nilai $t_{tabel} = 1.66071$, sehingga dari variabel *store atmosphere* (X_1), kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebagai berikut:

- Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk *store atmosphere* (X_1) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ yaitu $5,057 > 1,660$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ hal ini berarti H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk kualitas produk (X_2) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ yaitu $4,498 > 1,660$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, hal ini berarti H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu pengaruh *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Dira Cafe and Pool Pontang Ambulu, dapat diketahui bahwa H_{a1} diterima, artinya variabel *store atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan bahwa dapat diartikan bahwa variabel *store atmosphere* dan kualitas produk secara bersama-sama mampu memengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bukti bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $600 > 3,15$ dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikannya $< 0,05$, hal ini berarti H_a diterima. Artinya variabel *store atmosphere* dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut Sutisna dan Pawitra (2009) mengatakan bahwa suasana cafe adalah status afeksi dan kognisi yang dipahami pelanggan dalam suatu cafe, walaupun mungkin tidak sepenuhnya bisa dari pada saat belanja. Suatu produk atau jasa dikatakan berkualitas apabila perusahaan mampu memberikan dan memenuhi yang diharapkan dan diinginkan oleh konsumen atas suatu produk atau jasa, karena kualitas memiliki makna yang berbeda-beda bagi setiap orang maka kualitas harus memiliki standar yang telah ditentukan oleh perusahaan. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Dahmiri, dkk (2020) dan penelitian Santika, dkk (2017) yang menyatakan bahwa *store atmosphere* dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Dira Cafe and Pool Pontang Ambulu, dapat diketahui bahwa H_{a2} diterima, artinya variabel *store atmosphere* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian diperoleh nilai t untuk *store atmosphere* (X_1) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,057 > 1,660$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$, hal ini berarti H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Store atmosphere menurut Ma'ruf (2014:201) adalah salah satu *marketing mix* dalam gerai yang berperan penting 62 dalam memikat pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan dan mengingatkan produk apa yang ingin dimiliki baik untuk keperluan pribadi maupun keperluan rumah tangga. Penataan suasana lingkungan yang baik sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Dimana kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan

dibandingkan dengan harapannya. Hal tersebut juga didukung oleh penelitiin Maria, dkk (2014) dan Lily (2017) yang menyatakan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini mengartikan bahwa *store atmosphere* di Dira Cafe and Pool memiliki ciri khas dan desain yang sudah mampu memberikan kepuasan kepada setiap konsumen yang mengunjungi Dira Cafe and Pool.

c. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Dira Cafe and Pool Pontang Ambulu, dapat diketahui bahwa H_2 diterima, artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa hasil pengujian diperoleh nilai t untuk kualitas produk (X_2) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,498 > 1,660$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$, hal ini berarti H_3 diterima Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Produk yang berkualitas dapat memenuhi kepuasan konsumen pada suatu barang atau jasa yang telah di beli oleh konsumen. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat diminati konsumen. Produk seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik perusahaan dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Menurut Lupyoadi (2011:52) menyatakan bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu yaitu monica (2013) dan Dahmiri (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini mengartikan bahwa Dira Cafe and Pool sudah memberikan kualitas yang baik terhadap setiap konsumen yang datang, seperti halnya memberikan tampilan makanan dan minuman menarik, aroma makanan dan minuman khas, kesegaran makanan, dan kebersihan makanan dan minuman yang selalu dijaga dengan baik.

5. Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan dan hasil analisa suatu pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Store Atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang dapat dibuktikan dengan hasil uji $f_{hitung} (600) > f_{tabel} (3,15)$ dan signifikan hitung $(0,00) < signifikan table (0,05)$.

2. *Store Atmosphere* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen yang dapat dibuktikan dengan hasil uji $t_{hitung} (5,057) > t_{tabel} (1,660)$ dan signifikan hitung $(0,00) < \text{signifikan table } 0,05$.
3. Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen yang dapat dibuktikan dengan hasil uji $t_{hitung} (4,498) > t_{tabel} (1,660)$ dan signifikan hitung $(0,00) < \text{signifikan table } 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka saran yang mampu diajukan dalam penelitian ini adalah;

1. Bagi manajer / pimpinan perusahaan semoga mampu mempertahankan segala hal yang sudah baik, seperti halnya *store atmosphere* dan kualitas produknya.
2. Bagi manajer / pimpinan bukan hanya mempertahankan, semoga juga bisa terus menambah inovasi baru, agar kedepannya mampu memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumennya
3. Bagi pembaca semoga apa yang sudah tersaji dalam penelitian ini biasa dikembangkan lagi dan mampu memberikan sedikit dari contoh penelitian mengenai pengaruh *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung : CV. Linda Karya.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Berman, Barry & Evans, Joel R. 2010. *Retail Management: A Strategic Approach (11 Ed.)*. New Jersey : Prentice Hall.
- Budiningsih, Asri. 2012. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Daryanto, & Setyobudi, I. 2014. *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta : Gava Media.
- Foster, Bob. 2011. *Manajemen Ritel*. Bandung : Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Bumi Aksa.
- Hornby, A S. 2006. *Oxford Advance Learner's Dictionary*. Oxford University Perss. Hal. 896.
- Kandampully, K. 2002. *Elektronik Ritel dan Perantara Distribusi Layanan Yang Melayani Pelanggan Dan Penyedia Layanan*. Journal of Management and Strategy. Vol. 3.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat Dan Dedy A Hamdani . 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua* . Jakarta : Salemba Empat.
- Abdullah M. Ma'ruf. 2014. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Nursya'bani Purnama. 2013. *Manajemen Kualitas, Perspektif Global, Edisi Pertama*. Ekonisia Fakultas Ekonomi.
- Rao, Purba. 2006. *Measuring Consumer perception Throught Faktor Analysis*. The Asian Manager (February-March).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Nandung : Penerbit Alfabeta.
- Sutisna, Teddy Pawitra. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wijayanti, Irine Diana Sari. 2008. *Manajemen*. Yogyakarta : Mitra Cendika.

Artikel/Jurnal:

- Asti, Eka Giovana. Eka Avianti Ayuningtyas. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis. Bekasi; Universitas Pelita Bangsa. <https://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/ekomabis/article/view/2>
- Atifa, Firdha Nur, Wahyuningsih, Poniri 2015. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Refresho Di Kota Palu*. Jurnal Ilmu Manajemen. Palu; Universitas Tadulako. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1320932&val=731&title=PENGARUH%20STORE%20ATMOSPHERE%20TERHADAP%20KEPUASAAN%20KONSUMEN%20PADA%20CAFE%20REFRESHO%20DI%20KOTA%20PALU>
- Bhayangkari, Sylvia Kartika Wulan. 2020. *Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah Dan Ekonomi Bisnis. Jambi; Universitas Jambi. <http://eksis.unbari.ac.id/index.php/EKSIS/article/view/177/88>
- Santika, Devi. Suharyono Suharyono. Dahlan Fanani. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Cafe Otw Food Street Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Malang; Universitas Brawijaya. <https://www.neliti.com/publications/202007/pengaruh-store-atmosphere-dan-kualitas-produk-terhadap-kepuasan-pelanggan-survei>.
- Isnandari, Apriliani. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Java Dancer Coffee)*.

- Malang; Universitas Brawijaya.
<https://mill.onesearch.id/Record/IOS1232.article-2537/Details>
- Kristiana, Maria. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tatat Niaga. Surabaya; Universitas Negeri. <https://core.ac.uk/download/pdf/230755815.pdf>
- Maria, Monica. Muhammad Yusak Anshori. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumenking Cafe*. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan. Surabaya; Universitas Ciputra Surabaya. <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/2654>.
- Netty, Aditya. 2015. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roemah Kopi Bandung*. *eProceedings of Management*. Bandung; Universitas Telkom. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2193>
- Putri, Lily Harlina. Srikandi Kumadji. Andriani Kusumawati. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis. Malang; Universitas Brawijaya. <https://www.neliti.com/publications/84724/pengaruh-store-atmosphere-terhadap-keputusan-pembelian-dan-kepuasan-pelanggan-st>
- Windarti Tias, Mariaty Ibrahim. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-pekanbaru)*. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Riau; Universitas Riau. <https://www.neliti.com/publications/114989/pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen-produ>.