
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Imah Kopi Mamang BRP Kota Taikmalaya)

Muhammad Taftasani

Universitas Perjuangan Tasikmalaya

E-mail: Taftasani09@gmail.com

Article History:

Received: 18 Februari 2023

Revised: 03 Maret 2023

Accepted: 04 Maret 2023

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

Abstract: *This study aims to determine the simultaneous and partial effect of service quality and store atmosphere on consumer satisfaction of Imah Kopi Mamang. The research method used in this research is quantitative research with causality method and survey approach. The population studied were 100 respondents. The data collected in the form of primary data and secondary data. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis using SPSS version 24 software. The results showed that service quality and store atmosphere simultaneously had a significant effect on consumer satisfaction at Imah Kopi Mamang. Quality of service, partially has a significant effect on consumer satisfaction Imah Kopi Mamang. Store atmosphere, partially significant effect on consumer satisfaction Imah Kopi Mamang.*

PENDAHULUAN

Kunci sebuah perusahaan untuk memenangkan persaingan harus mampu memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan dan *store atmosphere* agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Di Tasikmalaya bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis yang berkembang dengan pesat. Munculnya beragam usaha kuliner menunjukkan bahwa bisnis makanan dan minuman dapat diterima oleh masyarakat.

Para konsumen yang memilih kafe sebagai tempat nongkrong, makan dan minum tidak hanya memperhatikan kualitas produk yang di berikan tetapi kualitas pelayanan dan suasana kafe yang baik dapat memberikan kepuasan untuk konsumen sehingga dapat bersaing dengan kafe lainnya.

Salah satu kafe yang berada di Tasikmalaya yaitu Imah Kopi Mamang yang berada di Jln. Semar, perumahan bumi resik panglayungan kota Tasikmalaya. Kafe ini menjual aneka kopi dan *non-kopi*. Imah Kopi Mamang men-desain kafanya seperti rumah bagi konsumennya lalu mah kopi mamang memberikan fasilitas yang lengkap seperti *wifi*, toilet, area parkir sampai parkir gratis bagi konsumennya.

Berkembangnya kafe ini tentu tidak terlepas dari suasana kafe dan kualitas pelayanan yang baik untuk konsumennya. Kedua faktor itu akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan kopi mamang.

LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Untuk melakukan kualitas pelayanan yang diinginkan perusahaan melakukan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Mauludin (2013) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

Tjiptono (2011) mendefinisikan kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Pengertian *Store Atmosphere*

Store atmosphere merupakan satu faktor yang dimiliki oleh sebuah toko untuk menarik perhatian konsumen. Menurut M. Ma'ruf Amin (2014) suasana dalam toko yang menciptakan perasaan tertentu dalam diri pelanggan yang ditimbulkan dari penggunaan unsur-unsur desain interior, pengaturan cahaya, tata suara, sistem pengaturan udara dan pelayanan.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2012) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun menurut Sugiyono (2015:45) pengertian metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Imah Kopi Mamang, dapat menggunakan koefisien determinasi (*square / r²*) atau menggunakan rumus $Kd = r^2 \times 100\%$. Untuk lebih lanjut dapat dilihat dari output SPSS pada Tabel *model summary* (lampiran 5, halaman 122). Dari Tabel *model summary* diperoleh angka *R square* sebesar 0,716. *R square* dapat juga disebut koefisien determinasi yang berkisar antara 0 sampai 1, dengan catatan semakin besar *R square* maka akan berpengaruh pada kepuasan konsumen Imah Kopi Mamang. Dari perhitungan di dapat *R square* 0,716 atau 71,6% dimana hal ini berarti kualitas pelayanan dan *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Imah Kopi Mamang. Semakin bagus kualitas pelayanan dan *store atmosphere* pada Imah Kopi Mamang maka akan mencapai kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya yaitu 100% -

71,6% = 28,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti misalnya kualitas produk, harga, promosi.

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh Kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen Imah Kopi Mamang, secara simultan dilakukan uji F. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 24 (lampiran 5 halaman 122) diperoleh nilai Sig ($,000$) \leq ($0,05$). Demikian maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Diterimanya hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan pada Kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen Imah Kopi Mamang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Imah Kopi Mamang

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, dilakukan Uji t. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 24 (lampiran 5, hal 122). Di peroleh nilai sig ($0,000$) $<$ alpha (α) ($0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Artinya Kualitas Pelayanan sangat membantu tercapainya Kepuasan Konsumen Imah Kopi Mamang.

Pengaruh Store Atmosphere Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Imah Kopi Mamang

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, dilakukan Uji t. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 24 (lampiran 5, hal 122). Di peroleh nilai sig ($0,000$) $<$ alpha (α) ($0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa *Store Atmosphere* (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Artinya *Store Atmosphere* sangat membantu tercapainya Kepuasan Konsumen Imah Kopi Mamang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan bagi konsumen Imah Kopi Mamang berada pada klasifikasi bagus. *Store Atmosphere* bagi konsumen Imah Kopi Mamang berada pada klasifikasi sangat baik. Kepuasan Konsumen menunjukkan klasifikasi Baik, artinya bahwa Kepuasan Konsumen berdasarkan survei pada Konsumen Imah Kopi Mamang ini Baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen pada Imah Kopi Mamang.
3. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan secara parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Imah Kopi Mamang.
4. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan secara parsial *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen Imah Kopi Mamang.

DAFTAR REFERENSI

Ariyanto, Aris, Anum Nuryani, and Denok Sunarsi. "Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart BSD Tangerang Selatan." *Jurnal Ekonomi Efektif* 3.1 (2020): 29-36.

Apriyani, Dwi Aliyyah, and Sunarti Sunarti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 51.2 (2017): 1-7.

Duwi Priyatno. (2010) "5 jam Belajar Olah Data dengan SPSS" Yogyakarta: Andi

Griffin, (2010). A First Look at Communication Theory 8th Edition. Boston: McGraw Hill. Bungin.

Hooda, S., & Aggarwal, S. 2012. Costumer behaviour towards e-Marketing: a study of jaipur consumers. *Journal of Arts, Science& Commerce*, Vol.-III, No.2, 115