

Pengaruh Atmosfer Cafe, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Station Coffee Premium Kota Lhokseumawe

The purpose of this study was to examine the effect of cafe atmosphere, product quality and service quality on customer satisfaction at station coffee premium in lhokseumawe city. The population in this study was all customers in station coffee premium in lhokseumawe city. While the sample is 100 respondents. The sampling technique is accidental sampling. The type of data used in this study is primary data in the form of cross selection data which is obtained using a questionnaire. The data analysis method in this research is the multiple linear regression analysis method for panel data. The results of the study found that partially the cafe atmosphere has a significant effect on customer satisfaction partially the product quality has an effect on customer satisfaction. while partially service quality has an effect on customer satisfaction. and cafe atmosphere, product quality and service quality simultaneously influence customer satisfaction

Keywords: *Cafe atmosphere, product quality, service quality and customer satisfaction*

**Moulana Alfajar Putra¹,
Adnan²,
Siti Maimunah³**

¹Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Universitas Malikusaleh
e-mail:
mahprizap@gmail.com

^{2,3}Dosen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Universitas Malikusaleh
Corresponding Author
adnan@unimal.ac.id

PENDAHULUAN

Station Coffe Premium adalah sebuah cafe yang terdapat di Kota Lhokseumawe, Pemilik Cafe tersebut adalah Pak H Fathani, Station Coffe Premium berdiri sejak tahun 2014 dan Station Coffe Premium terletak ditempat yang strategis yaitu di jalan Merdeka No 70F-70G Komplek Griya Aceh Kongsi, desa Kuta Blang Kota Lhokseumawe. Station Coffe Premium juga menyediakan tempat yang nyaman dan unik. Station Coffe Premium tidak hanya menyediakan kopi saja mereka juga menyediakan berbagai jenis menu yang memiliki cita rasa yang berbeda dan banyak variasi. Station Coffe Premium banyak di kunjungi mulai dari mahasiswa hingga kalangan menengah ke atas seperti PNS, karyawan kantoran dan pejabat-pejabat lainnya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan terdapat beberapa hal yang menjadi masalah. Untuk variabel Atmosfer cafe masalah pertama yaitu kurangnya fasilitas berupa Ruang Bebas Asap Rokok yang diutamakan bagi pengunjung yang tidak dapat menghirup asap rokok khususnya para wanita dan anak-anak. Masalah kedua adalah kurangnya ketertiban di pagi hari para pengunjung yang meletakkan sepeda motor bukan pada lahan parkir yang telah disediakan, melainkan pada jalan menuju Komplek Perumahan Griya Aceh Kongsi, padahal lahan parkir yang disediakan untuk sepeda motor seluas 20 x 15 meter. Hal tersebut tentu sangat mengganggu masyarakat kompleks yang berlalu lalang, terlebih jalan tersebut adalah jalan satu-satunya menuju Komplek Perumahan Griya Aceh Kongsi dimana perumahan tersebut terletak di belakang Station Coffe Premium.

Masalah yang terjadi untuk variabel Kualitas Produk adalah tidak tersedianya satu minuman yang umumnya terdapat pada cafe-cafe lain dan minuman tersebut tentu akan menjadi pilihan bagi para kalangan yang mengunjungi Station Coffe Premium. Minuman tersebut adalah Soda Water.

Untuk variabel Kualitas Pelayanan masalah yang terjadi adalah respon pelayan yang kurang cepat dalam melayani pengunjung padahal jumlah pelayan yang disediakan sudah ramai. Hal tersebut akan mengakibatkan para pengunjung merasa bosan dan merasa kurang nyaman.

Berdasarkan observasi awal hal yang mempengaruhi Kepuasan konsumen adalah Atmosfer cafe yang menarik, Kualitas Produk baik dan Kualitas Pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti lebih

lanjut tentang kepuasan konsumen pada Station Coffee Premium Kota Lhokseumawe. Adapun beberapa variabel yang di ambil adalah Atmosfer cafe, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh pada kepuasan konsumen. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka penulis mengambil judul ''Pengaruh Atmosfer Cafe, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Station Coffee Premium Di Kota Lhokseumawe''

TINJAUAN TEORITIS

Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:06) Pemasaran merupakan proses sosial maupun manejerial di mana pribadi dan organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan maupun mereka inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong dalam alma (2014:130) adalah manajemen pemasaran kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Store Atmosphere (Atmosfer cafe)

Store Atmosphere memiliki elemen-elemen yang semuanya berpengaruh terhadap semua toko yang ingin diciptakan. Elemen-elemen store atmosphere menurut Bermen dan Evans(2010) dapat di bagi menjadi empat elemen yaitu:

1. Exterior (bagian luar toko)
2. General Interior (interior Umum)
3. Store Layout (Tata letak toko)
4. interior (Point Of purchase)

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut benilai lainnya.

Kualiatas Pelayanan

Menurut Wyckof dalam Tjiptono *et al* (2008) kualiatas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tesebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Zeithaml dan Parasuraman (2010) terdapat beberapa indikator yang perlu di perhatikan di dalam kualitas pelayanan (*service quality*) yaitu:

1. Bentuk fisik/ yang berwujud (*tagibles*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*emphaty*)

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:36) menyebutkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menjadi pelanggan atau konsumen di Station Coffe Premium kota Lhokseumawe.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh objek yang berada pada objek atau lokasi penelitian. Sampel merupakan bagian terkecil dari populasi. Untuk mendapatkan estimasi dan inter prestasi yang baik dari penelitian ini, maka sampel yang di teliti menggunakan rumus Supranto (2009:113) sebagai berikut :

$$n = 0,25 \left(\frac{Z^{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

n = ukuran sampel

$Z^{\alpha/2}$ = yang di peroleh dari tabel distributor normal adalah sebesar 1.95

E = % kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tetapkan atau di inginkan, misal 10% (0.1) dan nilai $Z^{\alpha/2}$ sebesar 1.96 dengan

tingkan kepercayaan 95% maka jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= 0,25 \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2 \\ &= (0,25) (384,16) \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang di peroleh di atas, maka jumlah sampel yang di gunakan sebanyak 96,04 reponden, untuk mengantisipasi quisioner yang tidak dapat di gunakan dalam penelitian (data yang di hasilkan tidak dapat diolah), maka sampel dalam penelitian ini di tentukan sebanyak 100 responden.

Metode Analisis Data

Model analisis Regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y : Kepuasan Pelanggan

α : Konstanta

X_1 : Variabel Atmosfer Cafe

X_2 : Variabel Kualitas Produk

X_3 : Variabel Kualitas Pelayanan

e : Error Term

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner.

Tabel 1. Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Ukur
	Kepuasan Konsumen (y) (ekspektasi). sumber: kottler dan keller (2009: 139),	1. perasaan puas 2. selalu membeli produk 3. akan merekomendasikan kepada orang lain 4. minat membeli ulang (Irwan,2009)	Likert
	Atmosfer Cafe (x1)	1. exterior (bagian luar toko) 2. general interior (interior umum) 3. store layout (tata letak toko) 4. interior (poin of purchase) (Berman dan Evans,2010)	Likert
	Kualitas Produk (x2)	1. berbagai macam variasi produk 2. daya tahan produk 3. kualitas produk sesuai dengan spesifikasi dari konsumen 4. penampilan kemasan produk (estetika) 5. kualitas produk terbaik dibandingkan dengan merek lain (Tjiptono,2012).	Likert
	Kualitas Pelayanan (x3)	1. tangibles (bentuk fisik) 2. reliability (kehandalan) 3. responsiveness (daya tanggap) 4. jaminan (assurance) 5. empathy (perhatian) (Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 2010).	

Sumber : Data diolah (2021)

Teknik Analisis Data

Analisis data yang di gunakan menggunakan regresi linier berganda dengan langkah langkah sebagai berikut:

Analisis dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reabilitas

Untuk mengetahui nilai validitas dan reabilitas dari masing-masing daftar pertanyaan quisioner masing-masing menggunakan program (SPSS 25) yang hasilnya dapat di ketahui sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing masing item dalam quisioner dengan total skor yang ingin di ukur, yaitu dengan menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS.

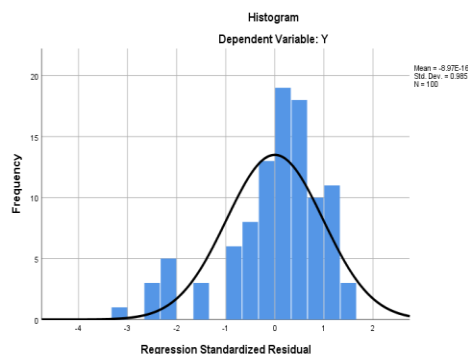
Uji Reabilitas

Uji Reabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skor pengukuran)

Uji Asumsi Klasik

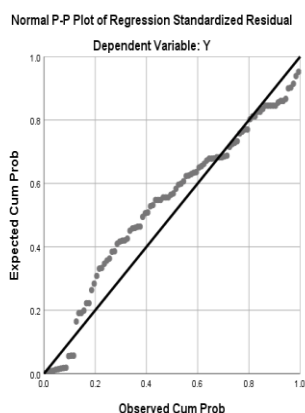
Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dari model regresi berdistribusi normal atau tidak. Adapun pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan grafik normal probability plot dan grafik.



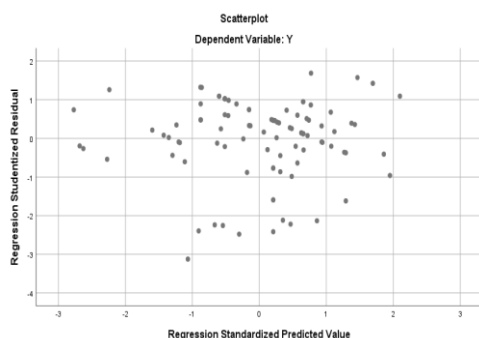
Grafik histogram berikut ini :

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa grafik histogram tidak menceng ke kiri atau ke kanan, akan tetapi grafik berbentuk lonceng, maka dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal pada variabel Kepuasan Konsumen.



Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependent (*ZPRED*) dengan residual (*SRESID*).



Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Multikolinearitas dapat juga dilihat (1) nilai *tolerance* lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). batas dari *tolerance value* di atas 0,10 atau nilai VIF di bawah 10.

Tabel 2. Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Atmosfer Cafe	.998	1.002
Kualitas Produk	.996	1.004
Kualitas Pelayanan	.998	1.002

Regresi Linier Berganda

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh Atmosfer Cafe, Kualitas Produk dan Kualitas

Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Station Coffe Premium Kota Lhokseumawe. Untuk melihat estimasi penelitian model penelitian yang di olah dengan bantuan SPSS (*Statistical Package For The Social Science*) 25 maka diperoleh hasil perhitungan analisis regresi

$$Y = 0.890 + 0.312 X_1 + 0.380 X_2 + 0.318 X_3 + e$$

Keterangan :
 X_1 = Atmosfer Cafe
 X_2 = Kualitas Produk
 X_3 = Kualitas Pelayanan

Koefesiensi Korelasi dan Determinasi

Koefesiensi korelasi (R) bertujuan untuk melihat dan mengetahui keeratan hubungan variabel Atmosfer Cafe, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Nilai Koefesiensi Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Squire	Adjuster R Squire
1	.610 ^a	.372	.353

Sumber data di olah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 nilai efesiensi korelasi (R) 0.610 yang menunjukkan derajat hubungan yang kuat antara X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y yaitu 61,0% koefesiensi (R^2) sebesar 0,372 yang merupakan pengkuadratan dari koefesiensi dan korelasi artinya sebesar 37,2% Perubahan dalam fariabel dependen dapat di jelaskan oleh variabel independen sebesar 37,2% sedangkan sisanya ($100-37,2\%=62.8\%$) disebabkan oleh faktor lain.

Uji F (secara simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut

Uji t (secara parsial)

Uji t digunakan untuk menilai hubungan seberapa jauh pengaruh variabel *independen* dan variabel *dependen* memiliki pengaruh satu sama lainnya dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance* level 0,05 ($\alpha=5\%$) dengan kriteria sebagai berikut :

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh atmosfer cafe, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang telah di bahas serta perhitungan perhitungan statistik untuk menguji hipotesis yang telah di lakukan dengan analisis regresi linier berganda dan pembahasan analisis data yang di lakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial Atmosfer Cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Station Coffe Premium di Kota Lhokseumawe
2. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Station Coffe Premium di Kota Lhokseumawe.
3. Secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Station Coffe Premium di Kota Lhokseumawe.

4. Secara simultan Atmosfer Cafe, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Station Coffe Premium di Kota Lhokseumawe.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang di peroleh dari hasil penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya Station Coffe Premium harus memerhatikan kualitas pelayanan nya tidak hanya memerhatikan atmosfer cafe dan kualitas produk, guna untuk meningkatkan kepuasan konsumen di Station Coffe Premium.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan acuan untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya.

REFERENSI

- Alma, Buchari.(2014) **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Edisi Revisi. Cetakan ke 11. Penerbit Alfabet, Bandung
- Asauri,Sofjan (2011), “ **Strategic Management, Sustainable Competitif Advantages**”, Lembaga Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Assegaf, Mohammad. (2009) Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan Garuda Di Kota Semarang). **Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.2 juli hal 171-186**. Semarang: Unisulla.
- Berman, Berry dan Evans Joel R (2007) **Retail management: A Strategic Approach**. 8th edition Upper Saddle River: Pretice Hall International, inc
- Berman, Berry dan Evans, Joel R, (2010). **Retail Management. 12th** Edition, Jakarta: Pearson.
- Cooper, Donald R, Pamela S. Schindler. (2003). **Businees Research Methods. Eighth Edition**. New York: McGraw-Hill/Irwin
- Dharmesta, Basu Swastha & Hani Handoko.(2014). **Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen**. Edisi pertama. Cetakan kelima. Penerbit: BPFE-Yogyakarta.
- Ferdinan, Augusty. (2006). **Manajemen Penelitian Manajemen**, Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ghanimata, Fifyanita. Kamal, Mustafa.(2012). **Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap keputusan pembelian** (studi pada pembelian produk bandeng juana Elrina Semarang) Di Ponorogo. Journal Of Management. Volume 1, Nomor 2.
- Ghozali, Imam. (2005). **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Metode SPSS**. Edisi ke-3. Badan penerbit UNDIP. Semarang.
- Ghozali, imam. (2009). **Aplikasi Analisis Multifariate dengan Progran SPSS**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, imam. (2011). **Aplikasi Analisis Multifariate dengan Progran SPSS 19**, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul .(2011) **Manajemen Pemasaran**. Cetakan 7. Penerbit CV yrama widjaya. Bandung
- <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-pelayanan.htm>
- <http://mulyajho.blogspot.co.id/2014/05/pengertian-produk-definisi-kualitas.html>
- http://pustakabakul.blogspot.co.id/2013/05/pengertian-dan-definisi-kepuasan_8.html
- <https://kanalinfo.web.id/pengertian-kafe-cafe>
- Hurriyati, ratih. (2010). **Bauran Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen**. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Irawan, Handi. (2009). **Kepuasan Pelayanan Jasa**. Penerbit Erlangga.Jakarta.
- Kotler Philp (2005) **Manajemen Pemasaran**. Terjemahan: Benyamin Molan, Jilid 1 Edisi ke sebelas. Jakarta: index.
- Kotler, P Amstrong, G. (2010) **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Edisi ke 12 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2010) alih bahasa: benyamin Molan. **Manajemen pemasaran**. Edisi 12. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT.indeks. jakarta.

- Kotler, Philips. (2000) **Manajemen Pemasaran**. PT.Prehalindo. Jakarta.
- Kotler, Philp & Gery Armstrong. (2008). **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Edisi ke 12. Jilid 1 Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philp dan Kevin Lane Killer. (2012). **Marketing management**. Fourteenth Edition. New Jarsey: Pearson International Edition.
- Kotler, Philp.(2005). **Manajemen Pemasaran**. Edisi 12. Jilid 1. PT. Macanan jaya. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad.(2003). **Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi**. Jakarta. Penerbit, Erlangga.
- Laksana, Fajar. (2008). **Manajemen Pemasaran**. Edisi pertama. Cetakan pertama. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta
- Levi, M., dan Weitz, B.A. (2012), **Retailing management 8th Edition**, International edition, New York: Mc Graw Hill.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). **Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek**. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Manurung Dinarti SH. (2009). **Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Pra-bayar Simpati**. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Marzuki,Usman. (2005). **Metodelogi Riset**. Edisi Kedua.Yogyakarta. Penerbit. Ekonisia
- Samuel, Hatte. (2007). Alih bahasa: Benyamin Molan. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 12. Jakarta
- Sayektiningrum, Inggar (2014) **Kontribusi Suasana Kedai, Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aiola Eatery Surabaya**. Jurnal Administrasi Bisnis. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Simamora, Bilson.(2003). **Membongkar Kotak Hitam Perilaku Konsumen**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Soeharsono. (2007) **Strategi Pemasaran**. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sugiyono (2012). **Metode Penelitian Bisnis**, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono,(2007). **Metode Penelitian Bisnis Bandung**. CV Alfabeta
- Sugiyono. (2008). **Metode Penelitian Kuantitatif , Kuantitatif R&D**. Penerbit Alfabeta. Bandung.