

# **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ragam Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto**

**Fenny Tri Kusuma Ningrum**

**Program Studi Administrasi Bisnis**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Untag Surabaya**

## ***Abstract***

*The purpose of this study was to determine the quality of service, variety of products and store atmosphere affect customer satisfaction at Loodst Coffee Mojokerto either partially or simultaneously. There are four variables used in this study, namely Service Quality (X1), Product Variety (X2), Store Atmosphere (X3) and Customer Satisfaction (Y). This study uses a quantitative approach. Data collection was obtained through distributing questionnaires via google form to customers or visitor of Loodst Coffee Mojokerto. The sample used in this study amounted to 171 respondents with the sampling technique used was probability sampling technique. The data analysis used is multiple linear regression analysis with SPSS version 16 method. The conclusion from the results of this study shows that service quality, product variety and store atmosphere have a positive and significant effect on customer satisfaction at Loodst Coffee Mojokerto and simultaneously shows that service quality, variety product and store atmosphere have a positive and significant influence on customer satisfaction at Loodst Coffee Mojokerto.*

**Keywords :** *quality of service, variety of products, store atmosphere, customer satisfaction*

## **PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi, kebutuhan akan gaya hidup seakan menjadi hal yang sedang trend. Gaya hidup *hedonisme* dan konsumtif mendorong masyarakat untuk bergaya hidup modern sehingga semua trend dikategorikan sebagai hal yang harus terpenuhi. sehingga fenomena ini dapat dijadikan sebagai peluang yang akan mendorong industri dalam bidang jasa makanan dan minuman atau yang lebih spesifik usaha dalam bidang *coffeeshop* akan mengalami perkembangan yang pesat. Di era pandemi seperti sekarang ini seakan menjadi momok bagi perusahaan khususnya dibidang *coffeeshop*, perusahaan dituntut untuk mampu berkembang dan bersaing dalam dunia bisnis *coffeeshop* dengan keunggulan bersaing. Banyak faktor yang mendorong terjadinya persaingan dalam dunia bisnis *coffeeshop*, strategi menjadi salah satu faktor penentu keunggulan bersaing pada bisnis *coffeeshop*. Banyak strategi yang bisa digunakan yang nantinya akan menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya sebuah usaha bisnis *coffeeshop* dan eksistensinya dalam persaingan yang semakin tak terelakkan.

Ketatnya persaingan bisnis *coffeeshop* diharapkan perusahaan mampu membuat strategi dan keunggulan bersaing yang cocok untuk menjaga eksistensi kafe agar mampu bertahan dalam persaingan. Dampak untuk perusahaan yang tidak melakukan strategi dan keunggulan bersaing akan berujung pada tergilasnya persaingan dan akan sulit bertahan di masa pandemi dengan dampak terburuknya yaitu gulung tikar.

Di Mojokerto terdapat salah satu *coffeeshop* yaitu *Loodst Coffee* yang beralamat di Jl. Raden Wijaya No. 57, *Loodst Coffe* merupakan *coffeeshop* yang berkembang mengikuti trend. *Loodst coffee* selalu berinovasi dan mengembangkan ide-ide baru dalam menjaga eksistensinya, khususnya pada masa pandemi sekarang ini *Loodst Coffee* mampu mengembangkan ide-ide baru menyesuaikan keadaan dan kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan dan diharapkan para pelanggannya. Strategi-strategi baru tersusun rapi untuk meningkatkan *value* pada *Loodst Coffee* Mojokerto. *Loodst Coffe* sudah sangat optimal dalam mengembangkan ide, berinovasi dan menciptakan strategi-strategi baru untuk keberlangsungan perkembangan perusahaan di era pandemi. perusahaan harus selektif dalam melihat peluang pasar, keinginan dan kebutuhan pelanggan untuk mencapai target keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya sehingga tidak akan tergeser atau teralihkan oleh kompetitor.

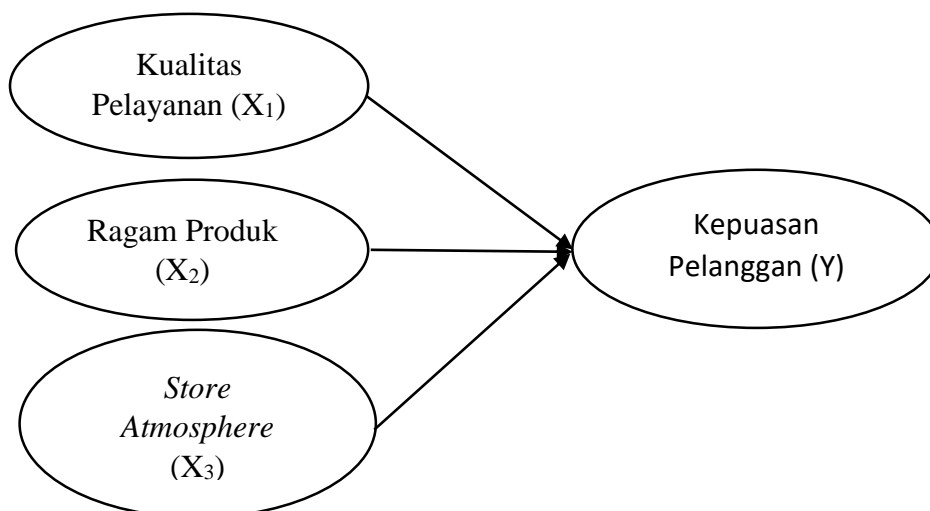
*Loodst Coffee* Mojokerto adalah salah satu kafe di Mojokerto yang sangat eksis dikalangan masyarakat Mojokerto. *Loodst Coffee* memiliki ciri khas dan keunggulan tersendiri dari segi pelayanan, yaitu keramahan yang diterapkan oleh karyawan mampu menciptakan persepsi yang baik. *Loodst Coffee* juga selalu berinovasi dalam meningkatkan kualitas dan keragaman produknya dengan mempertimbangkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produknya. dan tidak kalah penting bahwa pada bisnis *coffeeshop* hal utama yang di cari adalah *store atmosphere* (suasana toko) yang menjadi *value* pada *coffeeshop* karena ketika *store atmosphere* yang ada di *Loodst Coffee* sesuai dengan keinginan dan selera pelanggan maka akan menciptakan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan melakukan pembelian di *Loodst Coffee* Mojokerto.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka saya akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Ragam Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto”**.

## KERANGKA DASAR PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kerangka Pemikiran

Gambar Kerangka Pemikiran



Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini, 2021

## Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Hipotesis Pertama :  
Ho : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto  
Ha : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto
- b. Hipotesis Kedua :  
Ho : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara ragam produk terhadap kepuasan pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto  
Ha : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara ragam produk terhadap kepuasan pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto
- c. Hipotesis Ketiga :  
Ho : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap antara *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto.  
Ha : Ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap antara *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto.

## METODE PENELITIAN

### Rancangan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bertujuan menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini dilakukan di *Loodst Coffee* Mojokerto yang beralamat di Jl. Raden Wijaya No. 57 Kota Mojokerto. Penelitian ini dilakukan pada periode awal bulan April 2021 sampai dengan Akhir April 2021 atau selama 30 hari/1 bulan.

### Populasi dan Sampel

#### Populasi

Menurut Sugiono (2014:80) populasi adalah wilayah generalisasi, *obyek/subyek* yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang saya teliti adalah pelanggan atau pengunjung yang pernah melakukan pembelian di *Loodst Coffee* Mojokerto. (Periode awal bulan April 2021 sampai akhir bulan April). Penelitian ini dilaksanakan selama 30 hari/1 bulan di *Loodst Coffee* Mojokerto.

#### Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melaksanakan penelitian baik dari segi waktu, dana tenaga dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar benar dapat mewakili. Dalam penelitian ini penelitian menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kriteria yang ditetapkan sebagai sampel adalah 300 populasi dari data perhitungan jumlah pengunjung selama 1 bulan /30 hari oleh peneliti.

Kriteria yang ditetapkan sebagai sampel adalah pelanggan atau pengunjung *Loodst Coffee* Mojokerto dengan klasifikasi berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan/gaji. Untuk menentukan sampel ini dapat menggunakan rumus slovin minimal (n) jika diketahui populasi (N) pada tariff signifikan ( $\alpha$ ) adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = standart error

Dengan menggunakan rumus diatas, didapatkan hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{300}{1 + (300)(0,05)^2}$$

$$n = 171,43$$

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah minimal sampel yang diambil sebesar 171,43 yang di bulatkan menjadi 171 responden dari konsumen atau pengunjung *Loodst Coffee* Mojokerto.

#### Pengukuran dan Instrumen Penelitian

##### Pengukuran Instrumen

Pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan skala *Likert* yang memiliki lima alternatif jawaban. Peneliti membaginya dalam lima kelompok :

1. SS : Sangat Setuju Skor 5
2. S : Setuju Skor 4
3. KS : Kurang Setuju skor 3
4. TS : Tidak Setuju skor 2
5. STS : Sangat Tidak Setuju skor 1

##### Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2010) instrumen penelitian adalah suatu alat yang diamati. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pernyataan yang berupa angket dan dibagikan kepada responden. Penetapan skor yang diberikan pada tiap-tiap butir instrumen dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi setiap butir-butir pernyataan dengan memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia. Penyekoran dan Penelitian ini menggunakan angket yang berisi butir-butir pernyataan yang diberikan pada responden untuk diberikan jawaban atau tanggapan.

#### Teknik Analisis Data

##### a. Uji Validitas

Perhitungan dan pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 14.0 for windows* dimana rhitung  $\geq$  r tabel maka butir instrumen dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 14.0 for windows*, instrumen dinyatakan valid jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* >0,6 (Trihendradi, 2011:304).

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) terhadap variabel terikat (Y). Berikut ialah persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

- Y = variabel Kepuasan Pelanggan
- a = konstanta
- $b_1$  = koefisien regresi Kualitas Pelayanan
- $X_1$  = variabel Kualitas Pelayanan
- $b_2$  = koefisien regresi Ragam Produk
- $X_2$  = variabel Ragam Produk
- $b_3$  = koefisien regresi *Store Atmosphere*
- $X_3$  = variabel *Store Atmosphere*

d. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Dalam uji ini digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.

b. Uji Simultan (Uji F)

Dalam uji ini digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh signifikan secara bersamaan (simultan) antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Dalam uji ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh atau besar kemampuan model yang dibentuk dalam menjelaskan serta memaparkan akan variasi variabel independen.

## DEFINISI KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL

### Definisi Konsep

#### Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Tjiptono (2005) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi para pelanggan. Dengan demikian ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima /dirasakan (*perceived*).

#### Ragam Produk ( $X_2$ )

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan/semua kebutuhan (Kotler & Keller, 2007).

### *Store Atmosphere (X<sub>3</sub>)*

Menurut Levy and Weitz (2001:576) *atmospherics refers to design of an environment via visual communication, lighting, colours, music, and scent to stimulate customers perceptual and emotional responses and ultimately to affect their purchase behavior*, yang berarti suasana cafe melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian.

### Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Park dalam Hasan (2009:57) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi, akan timbul perasaan senang, puas, atau kecewa. Hal tersebut akan menjadi hasil yang menentukan kepuasan atau ketidakpuasan dari suatu produk.

### Definisi Operasional

#### Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

1. *Tangible* (Bukti Fisik)
2. *Realibility* (Kehandalan)
3. *Responsiveness* (Tanggapan)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Empathy* (Empati)

#### Ragam Produk (X<sub>2</sub>)

1. Kemasan produk
2. Kualitas produk
3. Harga Produk
4. Reputasi penjualan

#### Store Atmosphere (X<sub>3</sub>)

1. *Exterior*
2. *Interior*
3. *Lay Out* (Tata Letak)

#### Kepuasan Pelanggan (Y)

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat Berkunjung Kembali
3. Kesiediaan Merekomendasi

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### a. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Berdasarkan jawaban profil responden berdasarkan usia yang berjumlah 171 responden menunjukkan bahwa jumlah usia responden 13-30 tahun adalah 71 orang dengan presentase 41%, jumlah responden berusia 18-11 tahun adalah 67 orang dengan presentase 39%, dan jumlah responden yang berusia 31-49 tahun adalah 33 orang dengan presentase 19%.

b. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jawaban profil responden berdasarkan jenis kelamin yang berjumlah 171 responden menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki adalah 75 orang dengan persentase frekuensi sebesar 44% dan responden perempuan ada 96 orang dengan persentase frekuensi sebesar 56%.

c. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan jawaban profil responden berdasarkan pekerjaan yang berjumlah 171 responden menunjukkan bahwa jumlah responden sebagian besar jenis pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 54 orang atau 31,6%, bekerja sebagai PNS sebanyak 31 orang atau 18,1%, bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 30 orang atau 17,5%, bekerja sebagai TNI/POLRI sebanyak 11 orang atau 11,9% dan lainnya sebanyak 17 orang atau 9,9%.

d. Karakteristik Responden berdasarkan Gaji/Pendapatan

Berdasarkan jawaban profil responden berdasarkan gaji/pendapatan yang berjumlah 171 responden menunjukkan bahwa jumlah sebagian besar responden berpendapatan 500.000-1.000.000 sebanyak 61 orang atau 36%, berpendapatan >5.000.000 sebanyak 51 orang atau 30%, berpendapatan 3.100.000-5.000.000 sebanyak 39 orang atau 13% dan berpendapatan sebesar 1.100.000-3.000.000 sebanyak 19 orang atau 11%.

Rekapitulasi Jawaban Responden

Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden

Rekapitulasi Jawaban Responden				
No	Variabel	Pernyataan	Mean	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan ( X1)	Karyawan pada <i>Loodst Coffee</i> berpenampilan bersih dan rapi.	4,16	Setuju
2	Ragam Produk (X2)	Harga produk sesuai dengan kualitas produk.	3,58	Setuju
3	<i>Store Atmosphere</i> (X3)	Penampilan bangunan pada <i>Loodst Coffee</i> terlihat menarik.	3,93	Setuju
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesediaan konsumen untuk merekomendasikan <i>Loodst Coffee</i> ke orang lain.	3,81	Setuju

Sumber: Diolah oleh penulis, 2021

Dari tabel diatas variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) ditentukan oleh indikator pernyataan karyawan pada *Loodst Coffee* berpenampilan bersih dan rapi dengan mean dominan atau tertinggi sebesar 4,16. Variabel ragam produk (X<sub>2</sub>) ditentukan oleh indikator pernyataan harga produk sesuai dengan kualitas produk dengan mean dominan atau mean tertinggi sebesar 3,58. Variabel *Store Atmosphere* ditentukan oleh indikator pernyataan penampilan bangunan pada *Loodst Coffee* terlihat menarik dengan mean dominan atau tertinggi sebesar

3,93. Kepuasan Pelanggan (Y) ditentukan oleh indikator pernyataan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan *Loodst Coffee* ke orang lain dengan mean dominan atau tertinggi sebesar 3,81.

#### Analisis Data

#### Uji Validitas

#### Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,775	0,150	Valid
	X1.2	0,915	0,150	Valid
	X1.3	0,778	0,150	Valid
	X1.4	0,862	0,150	Valid
Ragam Produk(X2)	X2.1	0,937	0,150	Valid
	X2.2	0,901	0,150	Valid
	X2.3	0,910	0,150	Valid
	X2.4	0,584	0,150	Valid
Store Atmosphere (X3)	X3.1	0,807	0,150	Valid
	X3.2	0,896	0,150	Valid
	X3.3	0,871	0,150	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,891	0,150	Valid
	Y2	0,913	0,150	Valid
	Y3	0,918	0,150	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2021

Dari hasil tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua indikator variabel kualitas pelayanan, ragam produk, *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan dengan 14 item pernyataan mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,150. Sehingga dapat dinyatakan semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid.

#### Uji Reliabilitas

#### Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	4 Item	0,813	Reliabel
Ragam Produk (X <sub>2</sub> )	4 Item	0,815	Reliabel
Store Atmosphere (X <sub>3</sub> )	3 Item	0,849	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	3 Item	0,865	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2021

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,70 dengan demikian seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.



Analisis Regresi Linear Berganda  
Tabel Hasil Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.660	0.822		2.020	0.045		
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.185	0.049	0.223	3.754	0.000	0.835	1.198
	Ragam Produk (X2)	0.204	0.043	0.322	4.794	0.000	0.652	1.534
	Store Atmosphere(X3)	0.342	0.069	0.348	4.957	0.000	0.595	1.680

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 1,660 + 0,185X_1 + 0,204X_2 + 0,342X_3$$

Persamaan diatas di interpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 1,660 memberi arti apabila variabel kualitas pelayanan (X1), ragam produk (X2) dan *store atmosphere* (X3) bernilai konstan, maka besarnya variabel terikat dan kepuasan pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto meningkat.
- Kualitas Pelayanan (X1) memiliki koefisien positif diketahui sebesar 0,185. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- Ragam Produk (X2) memiliki koefisien positif sebesar 0,204 yang menyatakan bahwa variabel ragam produk (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa apabila ragam produk mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- Store atmosphere* (X3) memiliki koefisien positif sebesar 0,342 yang berarti bahwa variabel *store atmosphere* (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa apabila *store atmosphere* mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Tabel Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	VIF
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1	(Constant)	1.660	0.822		2.020	0.045		
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.185	0.049	0.223	3.754	0.000	0.835	1.198
	Ragam Produk (X2)	0.204	0.043	0.322	4.794	0.000	0.652	1.534
	Store Atmosphere(X3)	0.342	0.069	0.348	4.957	0.000	0.595	1.680

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2021

Diperoleh nilai  $t_{\text{tabel}}$  1,974, hasil tabel diatas dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel kualitas pelayanan lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar  $3,754 > 1,974$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hasil penelitian ini menyatakan **H1 diterima**.
- Nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel ragam produk lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar  $4,974 > 1,974$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa ragam produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hasil penelitian ini menyatakan **H2 diterima**.
- Nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel *store atmosphere* lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar  $4,957 > 1,974$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hasil penelitian ini menyatakan **H3 diterima**.

## 2. Uji f

Tabel Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349.856	3	116.619	57.809	.000 <sup>b</sup>
	Residual	336.892	167	2.017		
	Total	686.749	170			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Store Atmosphere(X3), Kualitas Pelayanan (X1), Ragam Produk (X2)

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2021

Nilai F tabel dengan tingkat signifikan 5%, sebagai berikut :

$$Df1 = n - k$$

$$= 171 - 3$$

$$= 168 \text{ (diperoleh } f_{\text{tabel}} \text{ 1,66)}$$

Hasil tabel diatas diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 57,8. Nilai ini  $> f_{tabel}$  sebesar 1,66 dan mempunyai nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), ragam produk ( $X_2$ ) dan *store atmosphere* ( $X_3$ ) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

### 3. Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Tabel Hasil Uji  $R^2$

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.714 <sup>a</sup>	0.509	0.501	1.420	1.778

a. Predictors: (Constant), Store Atmosphere(X3), Kualitas Pelayanan (X1), Ragam Produk (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil olahdata SPSS, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $R^2 = 0,509$  (50,9%) yang menjelaskan faktor-faktor kepuasan pelanggan dari variabel kualitas pelayanan, ragam produk dan *store atmosphere*. Sehingga hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, ragam produk dan *store atmosphere* secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 50,9%, sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

### Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah diuji sebelumnya diketahui bahwa semua item pernyataan dari variabel independen kualitas pelayanan, ragam produk, *store atmosphere* dan variabel dependen kepuasan pelanggan dengan 15 pernyataan mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,150. Sehingga dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini adalah valid.

Hasil Uji Reliabilitas yang telah dilakukan sebelumnya memperoleh nilai *Cronbach's alpha* kualitas pelayanan sebesar 0,813, ragam produk sebesar 0,815, *store atmosphere* sebesar 0,849 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,865 yang lebih besar dari 0,70. Dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Dilihat dari hasil Uji  $f$  menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$  sebesar 57,8 yang lebih besar dari nilai  $f_{tabel}$  sebesar 1,66 dan nilai signifikan  $f_{hitung}$  adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, ragam produk, dan *store atmosphere* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji koefisien determinasi menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan, ragam produk, dan *store atmosphere* secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan tinggi, sebesar 50,9%, sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian. Hubungan antar variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dimana diperoleh nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel artinya terdapat pengaruh secara signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### 2. Pengaruh Ragam Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H2) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan variabel ragam produk terhadap kepuasan pelanggan dimana diperoleh nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yang artinya terdapat pengaruh secara signifikan variabel ragam produk terhadap kepuasan pelanggan..

### 3. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H3) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan variabel *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan dimana diperoleh nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dengan taraf signifikan 0,000 yang artinya terdapat pengaruh secara signifikan variabel *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan.

### 4. Pengaruh Kualitas pelayanan, Ragam Produk, dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel kualitas pelayanan, ragam produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan dimana diperoleh nilai  $f$  hitung yang lebih besar dari nilai  $f$  tabel dengan taraf signifikan 0,000 yang artinya kualitas pelayanan, ragam produk dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Loodst Coffee* Mojokerto.
2. Ragam Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Loodst coffee* Mojokerto.
3. *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Loodst coffee* Mojokerto.
4. Kualitas pelayanan, Ragam produk dan *Store Atmosphere* secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Loodst coffee* Mojokerto.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyyah Apriyani, Dwi. Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). Malang : Universitas Brawijaya.
- Andrian. 2019. Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen. Jakarta : Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

- Arbiantoro, Tri. 2018. Analisis Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Bakso Gibrass jl. Kutisari Selatan No. 45 Surabaya ). Surabaya: Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis.
- Armahadyani. 2016. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumem pada Kedai Makan PA'MUR Karawang. Karawang : Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Dwi Romadhani, Putri. 2018. Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop (Survey pada pelanggan Coffee shop Cekopi Mendungan). Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fajar Ramadhan, Agung. 2016. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group Kudus). Kudus : STAIN Kudus.
- Febiola Merentek, Yumi. Lopian, Joyce. Supandi Soegoto, Agus. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Bahu Mall Manado. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Harlina Putri, Lily. Kumadji, Srikandi. Kusumawati, Andriani. 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). Malang. Universitas Brawijaya.
- Heryati, Euis. 2015. Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere Private Brand Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta. Jakarta : Universitas Esa Unggul.
- Kristiana, Maria. 2017. Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.
- Mubasyiroh, Iffatin. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada CV. Fastprint Indonesia, JL. Manyar Kertoarjo VII no. 36 Surabaya). Surabaya: Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis.
- Syarif Maulana, Ade. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jakarta : Universitas Esa Unggul.
- Widyasari, Novendya. 2019. Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi pada Pelanggan Kafe De Classe Gelato 7 Coffee Kota Blitar). Malang : Universitas Brawijaya.