PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SEHARI SEKOPI DI SIDOARJO

Sheila Ayuningtyas[1], Ayun Maduwinarti[2], Diana Juni Mulyati[3]

Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

sheilaayuningtyas4@gmail.com

ABSTRACT

Judging from the lifestyle of the Indonesian people, the phenomenon that occurs is that people spend more time relaxing. This makes coffee shops, restaurants, and various other culinary tours develop quite rapidly. Sidoarjo currently has many culinary tours, especially in the DPR Lot which is considered to have a strategic atmosphere in the middle of the city and is also comfortable, so it is the right place to relax. One of the things that is considered to be able to win the competition is to make something interesting. Therefore, this study will further analyze the influence of Store Atmosphere, Taste and Service Quality on Customer Satisfaction on a Sehari Sekopi in Sidoarjo. This study uses a quantitative method, using an online questionnaire via Google Form. The population in this study is a day of coffee consumers. This study used purposive sampling method and determined 100 respondents to be used as samples. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results obtained from the data analysis test in this study prove that the store atmosphere, taste and quality of service have a significant influence on customer satisfaction.

***Keywords** : Store Atmosphere, Taste, Service Quality, Customer Satisfaction.*

ABSTRAK

Dilihat dari gaya hidup masyarakat Indonesia, fenomena yang terjadi yaitu masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu untuk bersantai. Hal ini menjadikan coffee shop, restaurant, dan berbagai macam wisata kuliner lainnya berkembang cukup pesat. Sidoarjo saat ini telah memiliki banyak wisata kuliner, khususnya di wilayah Kavling DPR yang dianggap memiliki suasana strategis berada di tengah kota dan juga nyaman, sehingga tepat dijadikan tempat bersantai. Salah satu hal yang dinilai dapat memenangkan persaingan yaitu membuat sesuatu yang menarik. Oleh karena itu penelitian akan menganalisis lebih lanjut pengaruh dari Store Atmosphere, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sehari Sekopi di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan kuesioner online melalui Google Form. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sehari Sekopi. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan menetapkan 100 orang responden untuk dijadikan sampel. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari uji analisa data dalam penelitian ini membuktikan bahwa store atmosphere, cita rasa dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Store Atmosphere, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Pada saat ini di Indonesia perkembangan bisnis dinilai semakin ketat. Banyaknya pengusaha yang bersaing untuk mempertahankan bisnisnya. Dalam hal ini, perusahaan dituntut

untuk kreatif, inovatif dan dapat menyusun strategi yang tentunya mampu lebih unggul diantara pesaing. Perusahaan juga harus dapat memenuhi keinginan konsumen yang tentunya semakin bervariasi. Dilihat dari kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia, fenomena yang terjadi yaitu masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu untuk bersantai, hingga bertemu dengan rekan bisnisnya. Hal ini menjadikan *coffee shop, restaurant,* dan berbagai macam wisata kuliner lainnya berkembang cukup pesat. Sidoarjo saat ini telah memiliki banyak wisata kuliner, khususnya di wilayah Kavling DPR yang dianggap memiliki suasana strategis berada di tengah kota dan juga nyaman, sehingga tepat dijadikan tempat bersantai. Selain itu, dareah Kavling DPR memiliki banyak *coffee shop* dengan beragam nuansa unik dan menarik yang ditawarkan.

Store atmosphere merupakan hal yang penting untuk dapat menciptakan suasana yang nyaman, sehingga konsumen betah untuk berlama-lama. *Store atmosphere* yang disuguhkan oleh para pengusaha *coffee shop*, jika ditanggapi konsumen dengan baik, akan menjadikan peluang yang besar bagi *coffee shop* tersebut untuk dikunjungi. Menurut Mowen dan Minor (2002:139) *store atmosphere* mempengaruhi keadaan emosional pembelanja, yang kemudian mendorong untuk meningkatkan atau mengurangi belanja. Sehari Sekopi menyediakan *store atmosphere* yang nyaman. Dengan nuansa *cafe* industrial, maka seringkali dijadikan tempat foto dengan hasil yang *aesthetic* dan *instagrameble*.

Faktor lain yang menyebabkan pelanggan merasa puas yaitu cita rasa, rasa yang disajikan disetiap menu makanan dan minuman diharapkan dapat memberikan kesan yang positif untuk konsumen. Menurut (Wahida, 2010) cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, dan tekstur. Cita rasa merupakan faktor utama dalam usaha makanan, hal ini menjadi salah satu penentu penerimaan produk oleh konsumen. Oleh karena itu, para pengusaha dibidang makanan harus dapat memaksimalkan cita rasa pada setiap menu makanan. Hal ini dinilai dapat menjadi salah satu penentu utama keberhasilan perusahaan. Karena cita rasa yang tinggi tentu dapat memenuhi harapan konsumen. Berbagai menu ditawarkan oleh Sehari Sekopi yang tentu saja memiliki cita rasa yang tinggi. Untuk masalah rasa, Sehari Sekopi selalu memberikan yang terbaik, dengan harapan konsumen akan merasa puas sehingga dapat kembali berkunjung.

Harapan konsumen yang lain yaitu kualitas pelayanan yang baik, dengan demikian dinilai dapat memberikan pengaruh besar dalam penjualan. Konsumen merupakan seseorang yang harus dipuaskan, dengan kualitas pelayanan maksimal yang disuguhkan oleh perusahaan, maka dapat mewujudkan harapan dan keinginan konsumen. Para karyawan Sehari Sekopi tentunya dituntut untuk bekerja sesuai ketentuan perusahaan. Pelayanan pada sehari Sekopi sangat ramah, dengan barista-barista muda yang memiliki kualitas kerja yang baik. Para barista selalu memberikan senyuman disetiap pelayanannya. Hal ini menjadikan pelanggan merasa puas dengan apa yang diberikan.

Kepuasan pelanggan adalah hal penting yang harus diperhatikan, jika kepuasan pelanggan terpenuhi maka pelanggan akan berkunjung lagi ke perusahanan tersebut. Tidak menutup kemungkinan jika konsumen merasa puas maka seringkali akan merekomendasikan kepada orang lain. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Veloutsou, 2005:46). Kepuasan yang dirasakan pelanggan secara langsung akan membuat pelanggan merasa yakin bahwa perusahaan telah mampu berbuat sesuai dengan harapannya.

Sehari Sekopi merupakan bisnis *coffee shop* yang berdiri lebih awal daripada beberapa *coffee shop* yang terdapat di Kavling DPR Sidoarjo. Di *coffee shop* ini kebanyakan menyediakan menu yang berbasis kopi, juga menyediakan menu *non-coffee* yang cocok untuk

konsumen yang tidak dapat mengonsumsi kopi. Dari penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor *store atmosphere,* cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sehari Sekopi yang berlokasi di Jl. Kav. DPR No. 152, Nggrekmas, Pagerwojo, Kec. Buduran, Kab. Sidoarjo dengan judul "Pengaruh *Store Atmosphere,* Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sehari Sekopi di Sidoarjo".

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2020) yang berjudul Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Asela Kabupaten Sampang Madura, yang menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, dalam penelitian (Hariyanto et al., 2022) yang berjudul Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan (Studi Kasus pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember) menunjukkan bahwa variabel cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa angka dan program statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sehari Sekopi Sidoarjo. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengambilan sample dengan teknik sampling *Purposive*. Sampling *Purposive* yaitu pemilihan subjek yang didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Margono, 2009). Peneliti menetapkan sampel dengan kriteria usia mulai dari 15 tahun yang telah berkunjung ke Sehari Sekopi Sidoarjo. Jumlah sample yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pembagian kuesioner secara online melalui link Google Form. Peneliti membuat beberapa pertanyaan yang akan di jawab oleh responden.

Dalam hal ini teknis analisis yang digunakan adalah dengan uji regresi linier berganda. Analisis regresi linear digunakan untuk mempelajari dependen dalam suatu fenomena. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode regresi linear berganda dikarenakan variabel independennya lebih dari satu. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas dan Uji Heteroskedastisitas) dan juga Uji Hipotesis (Uji t, Uji F dan Uji Determinasi (R^2)).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,026	1,987		-2,530	,013
	Store Atmosphere	,213	,084	,249	2,545	,013
	Cita Rasa	,275	,137	,165	2,009	,047
	Kualitas Pelayanan	,383	,080	,443	4,787	,000

$$Y = -5{,}026 + 0{,}213\ X1 + 0{,}275\ X2 + 0{,}383\ X3$$

Konstanta sebesar -5,026 artinya jika variabel *store atmosphere* (X1), cita rasa (X2) dan kualitas pelayanan (X3) bernilai negatif, maka kepuasan pelanggan (Y) akan menurun sebesar 5,026. Koefisien *store atmosphere* bernilai positif artinya setiap kenaikan 1 satuan *store atmosphere*, akan disertai dengan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,213. Koefisien cita rasa bernilai positif artinya setiap kenaikan 1 satuan cita rasa, akan disertai dengan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,275. Koefisien kualitas pelayanan bernilai positif artinya setiap kenaikan 1 satuan kualitas pelayanan, akan disertai dengan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,383.

Uji t

Nilai t hitung variabel *store atmosphere* adalah 2,545 dengan sig 0,013. Hasil analisis sig. 0,013 lebih kecil daripada 0,05 artinya secara individu variabel *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel cita rasa adalah 2,009 dengan sig 0,047. Hasil analisis sig. 0,047 lebih kecil daripada 0,05 artinya secara individu variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel kualitas pelayanan adalah 4,787 dengan sig 0,000. Hasil analisis sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 artinya secara individu variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	380,945	3	126,982	36,276	,000[b]
	Residual	336,045	96	3,500		
	Total	716,990	99			

Diperoleh nilai F hitung sebesar 36,276 dengan F sig. 0,000 dimana F sig lebih kecil daripada 0,05 maka H_o ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa secara bersama-sama variabel *store atmosphere* (X1), cita rasa (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,729[a]	,531	,517	1,87095

Diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,531 atau (53,1%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh *store atmosphere*, cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 53,1%, sedangkan sisanya sebesar 46,9% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh *store atmosphere*, cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sehari Sekopi di Sidoarjo, maka terdapat kesimpulan beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1. Variabel *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sehari Sekopi di Sidoarjo.
2. Variabel Cita Rasa berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sehari Sekopi di Sidoarjo.

3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sehari Sekopi di Sidoarjo.
4. Variabel *Store Atmosphere*, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan secara bersama-ssama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sehari Sekopi di Sidoarjo.

Saran

Dari kesimpulan yang telah dijelaskan diata, maka dalam penelitian ini, penulis ingin memberikan rekomendasi kepada pihak yang bersangkutan:

1. Bagi Perusahaan Sehari Sekopi
   Perusahaan harus menciptakan hal baru yang dapat memberikan nilai tinggi terkait *store atmosphere*, cita rasa dan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berkunjung pada Sehari Sekopi di Sidoarjo.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
   Saran untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang yang sama yaitu menggunakan penelitian ini untuk dijadikan sebagai refrensi, karena banyaknya kekurangan dalam penelitian ini maka ada baiknya untuk dikaji kembali dan mengembangkan variabel-variabel serta indikator yang belum digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Hariyanto, A. T., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). *PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA WARUNG MAKAN BANK ONE 2 DI JALAN MASTRIP JEMBER)*. *16*, 33–39. https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22938

Margono, S. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Rahmawati, M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, *6*(2), 201–206.

Wahida, N. (2010). *Komponen - Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan*. http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponen-komponen-yangmemengaruhi-%0Acita.html