

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada konsumen Cokelat Klasik *Cafe & Garden Sulfat Malang*)**

Riki Setiawan

*(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)*  
*e-mail: rikisetiawan7712@yahoo.com*

Rusno

Iva Nurdiana Nurfarida

*(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kanjuruhan, Malang)*

**ABSTRAK:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen (studi pada konsumen cokelat klasik *café & Garden Sulfat Malang*) penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* dengan populasi konsumen Cokelat Klasik *Cafe & Garden*, dengan sampel sebanyak 102 konsumen, teknik pengumpulan data memakai kuesioner dengan metode *purposive sampling*, teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari analisis menunjukkan kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, *store atmosphere* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** *Kualitas pelayanan, harga, store atmosphere, kepuasan konsumen*

**ABSTRAK:** *This study to determine the effect of service quality, price and store atmosphere on consumer satisfaction (studies on consumers of classic chocolate café & Garden Sulfate Malang). This study uses quantitative research with an explanatory research type with consumers population of Classic Chocolate Cafe & Garden, with as many samples 102 consumers, data collection techniques using a questionnaire with a purposive sampling method, data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that service quality, price and store atmosphere simultaneously influence customer satisfaction, service quality partially significantly influences customer satisfaction, price partially has a significant effect on customer satisfaction, store atmosphere partially has insignificant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Quality of service, price, store atmosphere, customer satisfaction*

### **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan bisnis kafe di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat banyaknya kafe yang bermunculan dikarenakan kafe sudah menjadi *lifestyle* bagi mayoritas orang di jaman sekarang. Cokelat Klasik *Cafe & Garden* berdiri pada 11 November 2011 di kediri Kafe tersebut di namai “Kafe Klasik”. Seiring berjalan nya waktu pemilik *café* membuka booth pertama Cokelat Klasik didirikan di Jalan MT Haryono tepatnya pada 6 Oktober 2012. Tahun 2015, Cokelat Klasik mengawali geliat kafe di Jalan Joyo Agung Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Pemilik Cokelat Klasik *Cafe & Garden* melihat antusias masyarakat Malang semakin banyak. pemilik kafe membuka *store* baru yang terletak di Jl. Terusan Sulfat no. 124 Sawojajar, kota Malang. Toko yang buka di kawasan sulfat tersebut merupakan toko ke delapan setelah sukses buka di beberapa kota. Seperti di Kediri, Mojokerto, Batu hingga pulau Bali. Di Malang, sudah buka di kawasan Joyo Agung, Dieng dan sekarang di Sulfat. Sehingga masyarakat Malang bisa merasakan Cokelat Klasik *Café & Garden* di sekitar tempat tinggalnya. Peneliti mengambil penelitian di Cokelat Klasik *Café & Garden Sulfat Malang* karena masih dibidang cabang baru dan sedikit sepi dibandingkan cabang Cokelat Klasik *Café & Garden* seperti di Joyo Agung dan Dieng Malang.

## *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada konsumen Cokelat Klasik Cafe & Garden Sulfat Malang)*

Parasuraman (2009) mengatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Kualitas pelayanan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil dari pada pelayanan yang dirasakan. Konsep kualitas pelayanan memenuhi harapannya, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

Selain kualitas pelayanan ada harga yang harus diperhatikan oleh pemilik kafe. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Selain harga ada suasana toko (*Store Atmosphere*) Salah satu faktor yang dimiliki oleh toko untuk menarik perhatian setiap konsumen adalah suasana toko (*store atmosphere*). Suasana toko mempengaruhi kondisi emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Kondisi emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan.

Berdasarkan Lamb et al (2001) "*Store atmosphere* adalah suatu keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak fisik, dekorasi dan lingkungan sekitarnya".

Seperti uraian di atas kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* ada faktor yang harus diperhatikan pemilik seperti kepuasan konsumen, Kotler (2008), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan kinerja suatu produk dengan disertai harapan-harapan yang menyertainya.

Peneliti memperkuat untuk melakukan penelitian ini dengan adanya gap atau perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Yosandi Julius, (2012). Tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di supermarket. Dengan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh kuat dan positif terhadap kepuasan konsumen pada ketiga supermarket yang diteliti. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Amir Mahmud, Kamaruzaman Jusoff dan St. Hadijah, (2013). *The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry*. (Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan industri layanan penerbangan komersial.)

Adanya perbedaan hasil kedua peneliti tersebut, saya sebagai peneliti akan menguji variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut, maka saya sebagai peneliti perlu melakukan penelitian dengan judul. "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Cokelat Klasik Cafe & Garden Sulfat Malang )**

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Hubungan Kualitas Pelayanan, Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen.**

Hubungan kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian yang dilakukan oleh tri sundari (2017) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Banaran Chicken Crispy.*" Bertujuan untuk menguji pengaruh dari Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan *Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Banaran Chicken Crispy*. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh tri sundari menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Di era moderen ini persaingan di dunia jasa sangat ketat, salah satu cara untuk mendapatkan konsumen yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Menurut Kotler (2008), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan kinerja suatu produk dengan disertai harapan-harapan yang menyertainya. Kepercayaan konsumen merupakan hal yang ingin didapat oleh berbagai perusahaan dari para konsumennya. Kepercayaan akan sikap terhadap merek, kualitas layanan, dan masih banyak lagi kepercayaan yang lain yang menjadi motivasi dari perusahaan untuk mengembangkan produknya. namun, kepercayaan konsumen bukan hal yang mudah untuk kita dapatkan serta menanamkan pemikiran yang positif pada kognitif konsumen bukan hal yang gampang untuk menyakinkan konsumen. Dalam penelitian yang

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada konsumen Cokelat Klasik Cafe & Garden Sulfat Malang)*

dilakukan oleh Yosandi Julius, (2012). "Tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di supermarket". Bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Dengan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kuat dan positif terhadap kepuasan konsumen.

### **Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Tjiptono (2012) dewasa ini sukses tidanya suatu produk di pasaran tidak hanya ditentukan oleh pelayanan yang baik dari jasa tersebut akan tetapi juga ditentukan oleh faktor lain seperti salah satunya harga dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga menjadi pokok utama dalam suatu bisnis karena harga seringkali dijadikan faktor utama dalam membeli suatu barang atau jasa. Harga yang sesuai dengan keinginan konsumen dapat memberikan suatu kepuasan terhadap konsumen. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar, sebaliknya jika harga terlampau murah, perusahaan akan sulit mendapat laba. Harga juga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa. Dalam penelitian yang di lakukan oleh I.G.A Yulia Purnamasari, (2015). Tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk M2 fashion online di Singaraja tahun 2015. Bertujuan untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk M2 fashion online di Singaraja tahun 2015. Dengan hasil menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk M2 Fashion Online.

### **Hubungan Store atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen**

Pengertian suasana toko (*Store Atmosphere*) salah satu faktor yang dimiliki oleh toko untuk menarik perhatian setiap konsumen adalah suasana toko (*store atmosphere*). *Store Atmosphere* mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan mempengaruhi pembelian. Faktor emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan konsumen. Dalam penelitian yang di lakukan oleh Lily Harlina Putri, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati. (2014). Tentang pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan (Studi pada Monopoli *Cafe and Resto* Soekarno Hatta Malang) dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, *store atmosphere* berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Hipotesis**

- H1 : Kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Cokelat Klasik Cafe & Garden Sulfat Malang*.
- H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Cokelat Klasik Cafe & Garden Sulfat Malang*.
- H3 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Cokelat Klasik Cafe & Garden Sulfat Malang*.
- H4 : *Store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Cokelat Klasik Cafe & Garden Sulfat Malang*.

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* dengan populasi konsumen *Cokelat Klasik Cafe & Garden*, dengan sampel sebanyak 102 konsumen, teknik pengambilan data menggunakan kuesioner dengan metode *purposive sampling*, teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

### **PEMBAHASAN**

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Cokelat Klasik Café & Garden Sulfat Malang**

Hasil hipotesis yang pertama yaitu Kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen di bentuk oleh indikator

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada konsumen Cokelat Klasik Cafe & Garden Sulfat Malang)*

kepuasan terhadap pelayanan, kepuasan produk yang dihasilkan, perbandingan antara harapan dan kenyataan. Jumlah kepuasan ternyata hasil yang dominan ada pada indikator kepuasan produk yang dihasilkan yang menyatakan bahwa Jenis makanan dan minuman yang ada di Coklat Klasik Sulfat Malang beraneka ragam. Sedangkan item yang terendah ada pada indikator perbandingan antara harapan dan kenyataan yang menyatakan bahwa konsumen merasa yakin atas pelayanan yang telah di berikan oleh Coklat Klasik Sulfat Malang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Tri sundari, (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di banaran *Chicken Crispy*. dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di banaran *Chicken Crispy* Kota Kediri.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cokelat Klasik Café & Garden Sulfat Malang.**

Hasil hipotesis yang kedua yaitu Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena kualitas pelayanan di bentuk oleh indikator *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Jumlah kualitas pelayanan ternyata hasil yang dominan ada pada indikator *empathy* dengan karyawan yang ada di Cokelat Klasik memberikan pelayanan sesuai waktu operasi buka maupun tutup kafe. Sedangkan item yang terendah ada pada indikator *tangible* (bukti fisik) yang menyatakan bahwa fasilitas sarana perlengkapan yang dimiliki Coklat Klasik Sulfat berfungsi dengan baik. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yosandi Julius, (2012). “Tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di supermarket”. Bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Dengan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kuat dan positif terhadap kepuasan konsumen.

**Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cokelat Klasik Café & Garden Sulfat Malang.**

Hasil hipotesis yang ketiga yaitu Variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena harga di bentuk oleh indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Jumlah harga ternyata hasil yang dominan ada pada indikator keterjangkauan harga dengan harga makanan dan minuman yang ada di Coklat Klasik Sulfat Malang yang di tawarkan terjangkau bagi masyarakat umum. Sedangkan item yang terendah ada pada indikator keterjangkauan harga yang menyatakan bahwa Harga makanan dan minuman yang ada di Coklat Klasik Sulfat Malang terjangkau bagi kalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh I.G.A Yulia Purnamasari, (2015). Tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk M2 fashion online di Singaraja tahun 2015. Bertujuan untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk M2 fashion online di Singaraja tahun 2015. Dengan hasil menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk M2 *Fashion Online*.

**Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Cokelat Klasik Café & Garden Sulfat Malang.**

Hasil hipotesis yang keempat yaitu Variabel *store atmosphere* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena *store atmosphere* dibentuk oleh indikator jenis karyawan, jenis barang dagangan, jenis perlengkapan tetap (*figure*), bunyi suara, aroma, faktor visual. Jumlah *store atmosphere* ternyata hasil yang dominan ada pada indikator jenis perlengkapan tetap (*figure*) yang menyatakan bahwa Perlengkapan lainnya seperti nomor meja, wadah minuman dan makanan di Coklat Klasik Sulfat Malang sesuai dengan konsep tema dan suasananya. Sedangkan item yang terendah ada pada indikator faktor visual yang menyatakan bahwa warna tempat yang ada di Coklat Klasik menarik. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lily Harlina Putri, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati. (2014). Tentang pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan (Studi pada Monopoli *Cafe and Resto* Soekarno Hatta Malang) dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, *store atmosphere* berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis dari pembahasan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Cokelat Klasik *Café & Garden Sulfat Malang* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan, harga dan *store atmosphere* maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen Cokelat Klasik *Café & Garden Sulfat Malang*; Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan oleh Cokelat Klasik *Café & Garden* maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen Cokelat Klasik *Café & Garden Sulfat Malang*; Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin terjangkau harga yang di berikan maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen Cokelat Klasik *Café & Garden Sulfat Malang*; *Store atmosphere* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena *store atmosphere* dipengaruhi oleh indikator Jenis karyawan, jenis barang dagangan, jenis perlengkapan tetap (*figure*), bunyi suara, aroma, faktor visual. Semakin *store atmosphere* yang di berikan maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen Cokelat Klasik *Café & Garden Sulfat Malang*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Julius, Yosandi. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Supermarket*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 16 (3): 294-312.
- Kotler, Philip. Gary, Amstrong. 2008. *Prinsip prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Lamb Charles, W. et. al. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.
- Mahmud, Amir., yusoff, Kamarruzaman., Hadijah, St. 2013. *The Effect of Service Quality and Price Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry*. *World Applied Sciences Journal*. 13 (3): 354-359.
- Purnamasari, Yulia, IG. A. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015*. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*. Vol. 5 (1): 1-12.
- Putri, Harlina, Lily., Kumadji, Srikandi., Kusumawati, Andriani. (2014). *Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 15 No. 2 Oktober 2014
- Sundari, Tri. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Banaran Chicken Crispy*. *Artikel. Simki-Economic* Vol. 01 No. 09 Tahun 2017 ISSN : BBBB-BBBB
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* Edisi II. Yogyakarta: Andi.
- Zeithmal, Parasuraman. 2009. *Quality Service : A Conceptual framework for understanding e- implication for future Research and Managerial Practice : Msi Monograph New York*.
- [www.cokelatklasik.com](http://www.cokelatklasik.com) | [cokelatklasik@gmail.com](mailto:cokelatklasik@gmail.com)