

Pengaruh *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu

Arum Prameswari¹ Meyzi Heriyanto²

Program Studi Administarsi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau,
Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2}

Email: arumpramesbrio71@gmail.com¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen. *Store atmosphere* dan keragaman produk sebagai variabel independen (X) sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data yang selanjutnya diuji secara statistik melalui program SPSS. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana dan berganda, dengan melalui uji validitas serta uji reliabilitas. Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh adalah bahwa *Store Atmosphere* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), Keragaman Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) serta *Store Atmosphere* (X1) dan Keragaman Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, Kepuasan Konsumen



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Kondisi persaingan global menuntut pelaku bisnis dan *entrepreneur* untuk mampu beradaptasi dengan kondisi global. Untuk itu para pengusaha harus pintar untuk melihat peluang serta menetapkan strategi yang cocok agar memenangkan persaingan, yaitu mendapatkan serta juga memaksimalkan peluang yang ada. Menurut Kotler & Keller (2006) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen dapat membawa beberapa keuntungan diantaranya, dapat membangun hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis dan menjadi alasan terjadinya pembelian ulang.

Kepuasan konsumen dapat diciptakan dengan banyak faktor, diantaranya adalah *store atmosphere*. Menurut Mowen & Minor (2002) *store atmosphere* adalah suatu kegiatan dimana pengusaha memanipulasi toko dengan desain bangunan, ruang *interior*, tata ruang lorong-lorong, tekstur karpet dan dinding, bau, warna, bentuk, dan suara yang dialami para pelanggan untuk mencapai pengaruh tertentu. Hal ini didukung juga dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Wardhani & Dwijayanti (2021) yang mendapatkan hasil penelitian yaitu *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Coffee shop Rustic Market Surabaya. Faktor lain dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah keberagaman produk atau sering disebut juga dengan menu (Tjiptono, 2004). Menurut Utami (2006) Keragaman produk merupakan banyaknya item pilihan dalam masing-masing kategori produk. Hal ini didukung juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuwono & Yuwana (2017) keragaman produk baik secara parsial dan juga simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada toko king di Malang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. . Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu sebanyak 17.652 konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Nonprobability Sampling*, salah satu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Instrumen penelitian penelitian ini yaitu pada variabel penelitian dan akan menggunakan kuesioner yang nantinya disebarakan kepada responden yaitu konsumen Hulubalang Culture cafe Ujungbatu. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengukuran pada penelitian ini menggunakan pengukuran *skala likert*. Analisis kuantitatif adalah analisis yang dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian. Variabel tersebut akan dihitung dan diuji secara statistik dengan menggunakan aplikasi program SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan konsumen Pada Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu”, secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan hasil yang sesuai dengan harapan. Hasil analisis statistik dekriptif pada variabel independen dan dependen menunjukkan hasil penelitian dalam kategori baik, namun terdapat beberapa dimensi variabel yang masih cukup baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada masalah pada variabel dependen yaitu kepuasan konsumen Pada Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu.

Tabel 1. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap *Store Atmosphere*

No	Dimensi	Skor
1	Layout	766
2	Suara	743
3	Aroma	708
4	Tekstur	716
5	Desain bangunan	692
	Total Skor	3.625
	Kategori	Baik

Skor tiap-tiap dimensi *store atmosphere*, dimensi *layout* lebih tinggi dibanding dimensi lainnya dengan skor 766. Sedangkan dimensi desain bangunan lebih rendah dibanding dimensi lainnya dengan skor 692. Hal ini dapat mengindikasikan Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu untuk meningkatkan kembali dimensi suara, aroma, tekstur, dan desain bangunan untuk konsumen.

Tabel 2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keragaman Produk

No	Dimensi	Skor
1	Variasi produk	897
2	Variasi kelengkapan produk	617
3	Variasi ukuran produk	830
4	Kualitas produk	753
	Total Skor	3.097
	Kategori	Baik

Skor tiap-tiap dimensi keragaman produk, dimensi variasi produk lebih tinggi dibanding dimensi lainnya dengan skor 897. Sedangkan dimensi variasi kelengkapan produk lebih rendah dibanding dimensi lainnya dengan skor 617. Hal ini dapat mengindikasikan Hulubalang Culture

Cafe Ujungbatu untuk meningkatkan kembali dimensi variasi kelengkapan produk, variasi ukuran produk, dan kualitas produk untuk konsumen.

Tabel 3. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Dimensi	Skor
1	Kesesuaian harapan	757
2	Minat berkunjung kembali	565
3	Kesediaan merekomendasikan	711
	Total Skor	2.033
	Kategori	Cukup Baik

Skor tiap-tiap dimensi kepuasan konsumen, dimensi kesesuaian harapan lebih tinggi dibanding dimensi lainnya dengan skor 757. Sedangkan dimensi minat berkunjung Kembali lebih rendah dibanding dimensi lainnya dengan skor 565. Hal ini mengindikasikan konsumen merasakan kesesuaian harapan, kesediaan merekomendasikan namun tidak dengan minat berkunjung kembali.

Pembahasan

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen menyatakan *store atmosphere* memiliki nilai hitung t hitung $8,946 > t$ tabel $1,66055$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Maka dengan ini hasil, hipotesis dalam penelitian ini yang berbunyi “diduga *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu” dapat diterima. Hal ini sependapat dengan penelitian Fadul (2021) dan Masrul & Karneli (2017) adanya “pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen”. Semakin bagus *store atmosphere* yang dimiliki oleh sebuah toko, maka akan semakin besar dan tinggi juga kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel keragaman produk terhadap kepuasan konsumen menyatakan keragaman produk memiliki nilai hitung t hitung $7,198 > t$ tabel $1,66055$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Maka dengan ini hasil, hipotesis dalam penelitian ini yang berbunyi “diduga keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu” dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Wardhani & dwijayanti (2021) dan Yuwono & Yuwana (2017) yaitu adanya “pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen”. Hal ini membuktikan bahwa banyaknya variasi produk yang dijual pada lokasi dapat menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen dan melakukan pembelian berulang.

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel *store atmosphere* dan keragaman produk memiliki F hitung $50,498 > F$ tabel $3,09$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Maka dengan ini hasil, hipotesis dalam penelitian ini yang berbunyi “diduga *store atmosphere* dan keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu” dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Fadul (2021), Wardhani & dwijayanti (2021) dan Yuwono & Yuwana (2017) yaitu adanya “pengaruh *store atmosphere* dan keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen”. terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat antara lain hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka penulis dapat memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bagi

Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu Untuk lebih meningkatkan *store atmosphere*, keragaman produk agar menghasilkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu diharapkan pada Hulubalang Culture Cafe Ujungbatu untuk melakukan peningkatan desain bangunan, serta meningkatkan kelengkapan produknya. Juga mengevaluasi secara berkala dan menyelesaikan masalah yang disebabkan dari variabel kepuasan konsumen yang berpengaruh terhadap tujuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadul, M. F. (2019). Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kalibata Coffee Kalianda. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1), 34–44.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Masrul, & Karneli, O. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–11.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521.
- Yuwono, H., & Yuwana, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko King di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1), 331–346.