ARTIKEL

ANALISIS *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN BARISTA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEE SHOP KOLONI KOPI KEDIRI

Analysis Store Atmosphere, Product Quality, Service Barista At Coffee Shop Koloni Kopi Kediri

Oleh:

WISNU SETYA DARMA

14.1.02.02.0142

Dibimbingoleh :

1. Poniran Yudho Leksono., S.E,M.M.

2. Sigit Ratnanto., S.T, M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

ArtikelSkripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURATPERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertandatangandibawahini:

NamaLengkap	: WISNU SETYA DARMA
NPM	: 14.1.02.02.0142
Telepun/HP	: 085746183183
AlamatSurel (Email)	:wisnusetyadarma29@gmail.com
JudulArtikel	: Analisis *Store Atmosphere,* Kualitas Produk, Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop Koloni Kopi Kediri.
Fakultas – Program Studi	: EKONOMI-MANAJEMEN
NamaPerguruanTinggi	: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
AlamatPerguruanTinggi	: Jalan K.H. Achamad Dahlan, No 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan di setujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri 31 juli 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Poniran Yudho Leksono., S.E,M.M NIDN. 0704047306	Sigit Ratnanto S.T, M.M NIDN. 0706067004	Wisnu Setya Darma NPM. 14.1.02.02.0142

Wisnu Setya Darma | 14.1.02.02.0142
Ekonomi – Manajemen
simki.unpkediri.ac.id
|| 1||

ANALISIS *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK, PELAYANAN BARISTA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEE SHOP KOLONI KOPI KEDIRI

Wisnu Setya Darma
14.1.02.02.0142
Ekonomi-Manajemen
wisnusetyadarma29@gmail.com
Poniran Yudho Leksono, S.E.,M.M.[1] dan Sigit Ratnanto, S.T.,M.M.[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan dunia bisnis coffee shop yang semakin menjamur dan semakin tingginya persaingan antar pelaku bisnis untuk menarik konsumen membeli produk yang ditawarkan. kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk berusaha keras berinovasi, kreatif menciptakan dan mengembangkan produk yang ditawarkan dan dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah(1)Mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Coffee Shop Koloni Kopi. (2) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Coffee Shop Koloni Kopi. (3) Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan barista secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Coffee Shop Koloni Kopi. (4) Mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan antara *store atmosphere*, kualitas produk, danpelayanan barista secara simultan terhadap kepuasan konsumen Coffee Shop Koloni Kopi.

Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling aksidental yang merupakan tipe pemilihan sampel secara acak yang diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu, umumnya disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian dengan data yang berbentuk angka. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung coffee shop koloni kopi sedangkan sample dalam penelitian ini berjumlah 40 orang. Uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian berupa uji validitas dan uji realibilitas.Uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t, sedang kan untuk menganalisis data, yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu (1)*Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada coffee shop Koloni Kopi.(2)Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada coffee shop Koloni Kopi. (3)Pelayanan Barista berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada coffee shop Koloni Kopi. (4)Store atmospher, Kualitas Produk, dan Pelayanan Barista secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada coffee shop Koloni Kopi.

Berdasarkan kesimpulan tersebut peneliti memberikan saran penelitian ini diharapkan dapat memberikan input positif atau pengaruh positif bagi coffee shop Koloni Kopi Kediri seperti halnya menambah varian menu kopi yang unik dan bisa dinikmati semua kalangan.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Kualitas Produk,Pelayanan Barista, Kepuasan Konsumen

I. LATAR BELAKANG

Di jaman yang modern ini setiap orang mempunyai gaya hidup sendiri dalam menikmati kopi. Cara tersebut bisa dengan memilih *coffe shop* yang nyaman, dengan mempunyai aneka metode seduh kopi, mempunyai suasana yang nyaman dengan pelayanan yang baik pula. Dengan harapan konsumen akan merasa puas setelah mereka mengorbankan sejumlah uang di *coffe shop* tersebut. Kopi adalah minuman yang sejak dahulu banyak digemari masyarakat Indonesia bahkan dunia. Bahkan banyak masyarakat yang mempercayai jika minum kopi mampu menghilangkan kantuk dan menambah inspirasi.

Karena alasan tersebut banyak orang suka minum kopi pada saat santai, istirahat kerja atau pada saat berkumpul dan bercengkrama bersama teman. Banyak orang yang berpendapat daripada minum kopi ditempat yang mahal namun kualitas rasanya biasa saja lebih baik minum di warung kopi biasa namun kualitas rasa sesuai dengan yang diharapkan. *Coffe shop* adalah semacam *cafe* dimana didalam menu minumannya lebih mengutamakan minuman dengan bahan baku kopi dari berbagai daerah serta dengan menggunakan berbagai metode seduh.

Di Kediri saat ini *coffe shop* menjadi salah satu bisnis yang lagi naik daun. Selain karena banyaknya penikmat kopi juga karena kegemaran anak muda dan orang untuk berkumpul dan bersantai serta bersosialisasi di coffee shop. Di Kediri sendiri jumlah *coffe shop* sudah mencapai lebih dari 8 *coffeshop* yang menawarkan menu manual brewing, hal ini memaksa para pelaku bisnis coffee shop harus terus berinovasi guna mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Jadi disini untuk menghadapi persaingan tersebut pengusaha *coffe shop* harus memperhatikan aspek-aspek yang membuat para pelanggan itu puas serta mau kembali lagi ke *coffe shop*. Menurut Tjiptono (2015 : 76), kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.

Store Atmosphere adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Karena suasana *coffee shop* yang nyaman dan enak dipandang akan membuat konsumen juga merasa tenang dan betah dalam menikmati menu yang disajikan. Menurut Levy dan Weitz dikutip oleh Putra (2011:20) *atmosfer* adalah mendesain suatu lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan dan pada akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelanjaan mereka. Sedangkan Menurut Tendean dan Widodo (2013) dalam judul Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Maja House Sugar and Cream Bandung) menyatakan bahwa *Store Atmosphere* berpenggaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain *store atmosphere* konsumen juga sangat mementingkan kualitas produk yang didapat dari sebuah *Coffe Shop* dikarenakan apakah produk tersebut sesuai dengan harapan mereka atau tidak. Karena disini tujuan utama konsumen datang ke *coffe shop* selain sekedar berkumpul dengan teman atau bersosialisasiadalah menikmati menu yang di sajikan. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Dikarenakan penyeduhanya secara manual, selain kualitas dari bahan baku yaitu biji kopi yang baik kemampuan barista juga sangat mempengaruhi rasa. Maka disini terdapat aspek Pelayanan Barista yang perlu diperhatikan yaitu barista harus mempunyai kecepatan, ketepatan, keterampilan dan keramahan. Kecepatan yang dimaksud adalah dalam hal pembuatan dikarenakan jumlah peralatan yang terbatas sedangkan pelanggan yang banyak selain itu juga membuat pelanggan lebih nyaman karena tidak menunggu terlalu lama. Ketepatan disini adalah barista harus tepat dalam pembuatan menu mulai dari takaran, waktu maupun suhu air karena sedikit saja salah maka akan mengurangi kualitas rasa. Barista harus mempunyai keterampilan sebagai nilai tambah yaitu mempunyai skill khusus seperti halnya juggling, membuat gambar di *late art* ataupun dalam pembuatan

menu juga dalam hal penyajian menu. Dan yang terakhir adalah keramahan yaitu sikap ramah yang di berikan barista kepada pelanggan mulai dari pelanggan datang sampai pelanggan selesai menikmati dan pulang. Pelayanan dari barista inilah yang menentukan dan membuat pelanggan mau datang lagi ke *Coffee Shop*. Gronroos dalam buku Daryanto (2014:135), menjelaskan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan.

Coffee shop koloni kopi terletak di kabupaten Kediri bagian selatan tepatnya di jl. Kediri – Tulungaggung No. 48, Branggahan, Ngadiluwih. *Coffee Shop* Koloni Kopi juga menggunakan strategi untuk menarik pelanggan dengan mengadakan *nobar* sepak bola, moto GP, menyediakan fasilitas wifi, live akustik, pemutaran musik – musik yang lagi *hits* saat ini dan lain - lain. Selain itu juga menyediakan tempat yang nyaman, meningkatkan kualitas menu, membuat inovasi menu baru, dan juga meningkatkan kualitas pelayanan dari Barista untuk memberi kepuasan terhadap pelanggan.

Berdasarkakn latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti mengambil judul **"Analisis *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Dan Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Coffee Shop* Koloni Kopi Kediri**

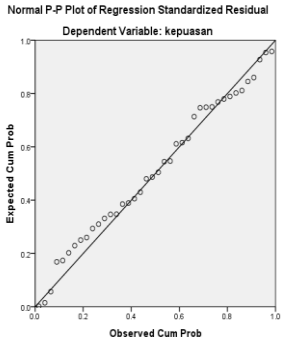
II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah kausalitas. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden dan menggunakan teknik *non probability sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji F. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan program *SPSS for windows* versi 24.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Normalitas



Gambar
Hasil Uji Normalitas

Sumber :Data diolah primer 2018

Dari grafik normal plot tersebut dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dalam penelitian ini tidak terjadi gangguan normalitas, yang berarti data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel
HasilUjiMultikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Store atmosphere	.733	1.364
	Kualitas produk	.775	1.290
	Pelayanan barista	.755	1.324

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkantabeldiatasdiketahuibahwanilai VIF dari ketiga variabel independen adalah memiliki VIF lebih kecildari 10 dan dinilai *tolerance* lebihbesar dari 0,1. Maka didalam penelitian ini dinyatakan model regresi linier berganda terbebas dari uji multikolinearitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

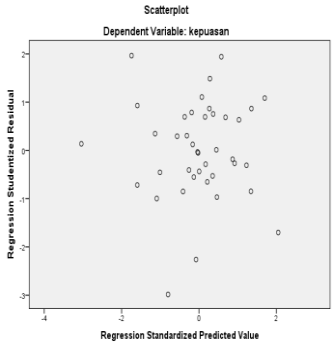
Adjusted R Square	Durbin-Watson
,605	1,757

a. Predictors: (Constant), peayanan barista, Kualitas Produk, store atmosphere
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

sumber: Data diolah primer 2018

Berdasarkan tabeld iatas dapat diketahui nilai durbin Watson (DW). Bebas autokorelasi terjadi jika dw berada diantara nilai batas du dan 4-du. Dalam analisis ini DW diperoleh sebesar 1,757. Nilai du (3,40) = 1,65 sehingga 4-du = 4 - 1,65 = 2,35. Dengan demikian dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) terletak antara 1,65 s/d 2,35 sehingga tidak terjadi korelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas



Gambar
Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data primer diolah 2018

Dari gambar scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel
Analisis Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2.175	5.039
Store atmosphere	.426	.151
Kualitas produk	.372	.133
pelayanan barista	.317	.120

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer diolah 2018

Dari persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) a=2,147: artinya apabila *store atmosphere* (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan barista (X_3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 2,147
2) b_1=0,426 : apabila *store atmosphere* (X_1) naik 1 (satu) satuan sedangkan kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan barista (X_3) tetap maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,426 satuan.
3) b_2=0,372 : apabila kualitas produk (X_2) naik 1 (satu) satuan sedangkan *store atmosphere* (X_1) dan kualitas pelayanan barista (X_3) tetap maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,372 satuan.
4) b_3=0,317 : apabila kualitas pelayanan barista (X_3) naik 1 (satu) satuan sedangkan *store atmosphere* (X_1) dan produk (X_2) tetap maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,317 satuan.

6. KoefisienDeterminasi (R^2)

Tabel
KoefisienDeterminasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.778[a]	.605	.572

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *Adjust R Square* adalah sebesar 0,572**.** Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh store atmosphere, kualitas produk, kualitas pelayanan barista dan kepuasan konsumen adalah sebesar 57,2%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi sebesar 42,8% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t Tabel

Hasil Uji t (Parsial)

Model	T	Sig.
(Constant)	.432	.669
x1 (store atmosphere)	2.815	.008
x2 (kualitas produk)	2.798	.008
x3 (kualitas pelayanan barista)	2.646	.012

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan perhitungan tabel di atas maka diketahui bahwa:

1) Variabel *store atmosphere* memperoleh t_{hitung} sebesar 2,815sementara t_{tabel} ($\alpha/2$: n-k-1) adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel.}$ Cara kedua bisa ditempuh dengan membandingkan nilai signifikansi *store atmosphere* dengan nilai dignifikansi terbesar yang telah ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai sig. *Store atmosphere* sebesar 0,008< 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hipotesa 1 dari penelitian ini menyatakan secara parsial ada pengaruh signifikan antara *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen telah terbukti.
2) Variabel kualitas produk memperoleh nilai thitung sebesar 2,798 sementara t_{tabel} ($\alpha/2$: n-k-l) adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Cara kedua bisa ditempuh dengan membandingkan nilai signifikansi kualitas produk dengan nilai signifikansi terbesar yang telah ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan diatas

diketahui bahwa nilai sig. Kualitas produk sebesar 0,008< 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hipotesa 2 penelitian ini yang menyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen telah terbukti.

a. Variabel kualitas pelayanan barista memperoleh t_{hitung} sebesar 2,646 sementara t_{tabel} ($\alpha/2$: n-k-l) adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Cara kedua bisa ditempuh dengan membandingkan nilai signifikansi kualitas layanan dengan nilai signifikansi terbesar yang telah ditentukan yakti sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai sig. Kualitas produk sebesar 0,015< 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hipotesa 3 penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan barista secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasaan konsumen telah terbukti.memperolehnilait$_{hitung}$ = 2,242>t_{tabel} = 1,684 dan nilai signifikansi sebesar 0,031< 0,05 yang artinya Ho ditolak Ha diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Dari hasiluji t pada tabel 4.12 variabel kualitas produk memperoleh nilai t_{hitung} = 2,197>t_{tabel} = 1,684 dan nilai signifikansi sebesar 0,035< 0,05, yang artinya Ho ditolah Ha diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

c. Dari hasiluji t padatabel 4.12, menunjukkanvariabel kualitas layanan memperoleh nilait$_{hitung}$ = 2,310>t_{tabel} = 1,684 dan nilai signifikansi sebesar 0,027< 0,05, yang artinya Ho ditolak Ha diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

7. Uji F

Tabel
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model	Mean Square	F	Sig.
Regression	189.568	18.405	.000[b]
Residual	10.300		
Total			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Pelayanan barista, Kualitas Produk, store atmosphere
Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan hasiluji *F* pada tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%, sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan *store atmosphere*, kualitas produk, dan pelayanan barista berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

B. Pembahasan

Secara umum penelitian ini memberikan hasil yang memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *store atmosphere*, kualitas produk,dan kualitas pelayanan barista sudah sangat baik. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan dari responden terhadap kondisi dari masing – masing variabel. Dari hasil tersebut diperoleh bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadapkepuasan konsumen. Penjelasan dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen

Store atmosphere pada Koloni Kopi merupakan faktor yang paling tinggi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Dikarenakan para konsumen sangat mengutamakan kenyamanan dalam menikmati kopi. Meskipun tempat tidak terlalu luas asalkan ditata dengan rapi dan ditambah dengan suara – suara musik jugamampu memberi nilai kenyamanan kepada konsumen. Sehingga penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Tendean dan Widodo (2013) yang menyatakan bahwa *Store Atmosphere* berpenggaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Maja House Sugar and Cream Bandung**.**

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk menjadi aspek yang sangat penting bagi kepuasan konsumen, kualitas produk pada coffe shop koloni kopi bisa ditinjau mulai dari penyiapan

bahan baku hingga penyajian kepada konsumen. Pada coffe shop koloni kopi dalam penyiapan bahan baku selalu memberikan yang fress sehingga konsumen juga mampu menikmati kopi yang masih fress dan segar karena kualitas produk yang baik mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen yang menikmatinya. Sehingga penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Saraswati (2013), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Coffee Shop* Starbucks Di Surabaya Dan Kuala Lumpur.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan barista adalah gerbang yang mampu mengantarkan kepuasan konsumen, dikarenakan pelayanan yang baik juga mampu membuat konsumen merasa nyaman dan lebih dihargai. Pada Koloni kopi selalu memberi rekomendasi produk kepada setiap konsumen sehingga konsumen mampu menemukan produk yang sesuai dengan keinginan pada saat itu, seperti halnya jenis kopi tertentu cocok dengan metode seduh yang seperti apa. Selain itu barista juga ramah kepada konsumen menyebabkan konsumen juga tidak canggung untuk menanyakan sesuatu mengenai produk. Jadi di sini pelayanan barista sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Apriyani dan Sunarti (2017) menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo.

4. Pengaruh *store atmosphere*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *store atmosphere*, kualitas produk dan pelayanan barista berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kondisi *store atmosphere* yang nyaman, tenang, rapi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk yang enak, sesuai dengan harapan konsumen dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelayanan

barista yang ramah, cekatan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

IV. PENUTUP

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dikemukakan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee Shop* Koloni Kopi . Hal ini memberi arti bahwa Store atmosphere yang terdapat pada *Coffee Shop* Koloni Kopi mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee Shop* Koloni Kopi Kediri. Hal ini memberi arti bahwa kualitas suatu produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan barista berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee Shop* Koloni Kopi Kediri. Hal ini memberi arti bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. *Store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas pelayanan barista secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Coffee Shop* Koloni Kopi Kediri. Dan yang paling dominan adalah variable *Store atmosphere.*

V. DAFTAR PUSTAKA

Apriyani, Sunarti 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survey pada konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo)*jurnal Administrasi bisnis vol.51, No 2.

Berman, B. dan J. R. Evans (2011). *Retail Management: a strategic approach (11th ed.)* Upper saddle River: Pretice Hall International, Inc.

Daryanto dan I Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima.* Yogyakarta:Gava Media.

Eko Putra, Nandi (2011). Analisis Pengaruh Suasana Toko(*Store Atmosphere*) dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Wadezig Distro Kota Padang, Skripsi. (www.repository.unand.ac.id/16816)

Ghozali.2018.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*.Semarang.Undip.

Hermawan dan Saputri.2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Bebek H.Slamet Jakarta Selatan*.Ilmu Administrasi Bisnis.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management 14th edition*.New Jersey:Prentice.

Kotler, Philip and Keller, Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*.New Jersey:Prentice.

Levy, Weitz, Barton A. (2009).*Retailing Management (7th Ed).*New york: McGraw-Hill,Irwin

Levy and weitz. (2012). *Retailing Management*. *8th edition* Mc. Graw Hill. New York.

Saraswati, Kumadji 2013. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. (Survey Pada Pelanggan Coffe shop Star Bucks di Surabaya.)* Surabaya : jurnal administrasi bisnis.

Setiawan, Andayani 2016. *Analisis kepuasan konsumen (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Apik di wilayah Majalengka) jurnal ilmu pertanian dan peternakan*.

Sugiyono.2016.*Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*Bandung.Alfabeta.

Tendean dan Widodo, 2013. *Pengaruh store atmosphere terhadap Kepuasan konsumen (studi pada maja house sugar and cream bandung)* Administrasi Bisnis,Universitas Telkom, Bandung.

Tjiptono.2016. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta.Cv.Andi Offset.

Tjiptono.2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta.Cv.Andi Offset.