



**PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, PRODUK KOPI LOKAL
DAN PRODUK KOPI INTERNASIONAL TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN**

(Studi Pada Konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang*)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan

Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh :

AJENG PRATIWI

NPM 217.01.09.2.012



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

MALANG

2021

ABSTRAK

Penelitian ini akan dilakukan di *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, store atmosphere, produk kopi lokal dan produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui kontribusi naik turunnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Jumlah sampel yang digunakan 100 orang menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1.164 < 1.980$ dan tingkat signifikan $0.248 > 0.05$ variabel harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Uji $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0.706 < 1.980$ dan tingkat signifikan $0.482 > 0.05$ variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Uji $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.915 > 1.980$ dan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ variabel produk kopi lokal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Uji $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.186 > 1.980$ dan tingkat signifikan $0.031 < 0.05$ variabel produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Uji F terdapat pengaruh simultan variabel harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen hasil ini ditunjukkan dengan uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $19.920 > 2.47$ dan Sig. F $0.000 < 0.05$. Uji koefisien determinasi (*Adjusted R square*) bahwa variabel terikat kepuasan konsumen (Y) mampu dijelaskan 43,3% oleh variabel bebas harga (X1), *store atmosphere* (X2), produk kopi lokal (X3) dan produk kopi internasional (X4). Sedangkan sisanya 56,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh dominan adalah produk kopi lokal ditunjukkan dengan nilai koefisien beta paling besar yaitu 0.486.

Kata Kunci: harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal, produk kopi internasional dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

*This research will be conducted at Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang. This study aims to determine the effect of price, store atmosphere, local coffee products and international coffee products on consumer satisfaction, to determine the contribution of the ups and downs of the independent variable (X) to the dependent variable (Y) and to determine which variables have a dominant effect on customer satisfaction. This type of research is quantitative. Data collection techniques using questionnaires and observations. The number of samples used by 100 people using multiple linear regression analysis method. The results of this study indicate $t_{count} < t_{table}$, namely $-1.164 < 1.980$ and a significant level of $0.248 > 0.05$, the price variable does not partially have a significant effect on customer satisfaction. The $t_{count} < t_{table}$ test is $0.706 < 1.980$ and a significant level of $0.482 > 0.05$, store atmosphere variable has no partially significant effect on customer satisfaction. The $t_{count} > t_{table}$ is $3.915 > 1.980$ and a significant level of $0.000 < 0.05$, the local coffee product variable has a partially significant effect on consumer satisfaction. The $t_{count} > t_{table}$ is $2.186 > 1.980$ and a significant level of $0.031 < 0.05$, the international coffee product variable has a significant effect on customer satisfaction. The F test shows the simultaneous influence of price variables, store atmosphere, local coffee products and international coffee products that have a significant effect on consumer satisfaction. This result is indicated by the F test obtained $F_{count} > F_{table}$, namely $19.920 > 2.47$ and Sig. F $0.000 < 0.05$. Test the coefficient of determination (*Adjusted R square*) that the dependent variable consumer satisfaction (Y) can be explained 43.3% by the independent variable price (X1), store atmosphere (X2), local coffee products (X3) and international coffee products (X4). While the remaining 56.7% is influenced by other variables not examined in this study. The multiple linear regression analysis test shows that the variable that has the dominant influence is local coffee products, indicated by the largest beta coefficient value, namely 0.486.*

Keywords: price, *store atmosphere*, local coffee products, international coffee products and customer satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis pada era globalisasi seperti saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Banyak sekali terjadi perubahan yang dapat dilihat dengan semakin meningkatnya gaya hidup, pola pikir masyarakat dan kemajuan teknologi yang ada. Dampak dari adanya perubahan serta kemajuan tersebut masyarakat dituntut untuk mengimbangnya. Berkaitan dengan hal tersebut juga terjadi perkembangan gaya hidup yang semakin modern dari perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk. Saat ini begitu banyak produk dan jasa yang menawarkan keunggulan dan keunikannya masing-masing. Hal itu mengakibatkan konsumen menjadi banyak pilihan dalam menggunakan jasa dan membeli produk yang ditawarkan. Keadaan tersebut seorang pengusaha bisnis juga harus berupaya untuk memahami keinginan, kebutuhan dan permintaan para konsumen serta menciptakan inovasi-inovasi baru yang berbeda dari lainnya. Kondisi persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Saat ini pesaing berlomba-lomba untuk melakukan usaha bisnis dan memanfaatkan peluang yang ada.

Akhir-akhir ini berbagai macam jenis usaha yang dapat menjadi peluang dalam dunia usaha, tak terkecuali dengan bisnis *coffee*

shop. *Coffee shop* di Indonesia sendiri sudah mengalahkan pertumbuhan jamur di musim hujan. Tak hanya di kota-kota besar, kota-kota kecil pun sudah memiliki banyak gerai kopi yang menjamur meski memiliki standar dan pasar yang berbeda-beda. Indonesia merupakan salah satu Negara penghasil kopi. Berdasarkan Republika (<https://republika.co.id>) Kementerian Perdagangan (Kemendag) menyatakan peluang bisnis kopi di Indonesia masih besar di tengah pandemi. Meski harga kopi nasional terus turun, terutama saat Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan Covid-19 sebagai pandemi pada Maret lalu.

Trend minum kopi di *coffee shops* sudah menjadi gaya hidup sehari-hari bagi milenial. Tidak hanya mencari tempat yang nyaman dan *Instagramable*. Kini, milenial juga mencari rasa dan aroma kopi yang berkualitas. Salah satunya, *Excelso Coffee* yang selama 29 tahun konsisten menghadirkan kopi nusantara yang berkualitas. *Excelso Coffee* dalam menjalankan aktivitasnya selalu memperhatikan strategi pemasarannya untuk memperoleh, mengembangkan dan mempertahankan konsumen. Menurut Priansa (2017:10) manajemen pemasaran mengenal empat strategi pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran barang 4P, yaitu produk (*product*), distribusi (*place*), promosi (*promotion*), dan harga (*price*). Sedangkan dalam pemasaran jasa disebut dengan bauran pemasaran jasa 7P, yaitu 4P bauran pemasaran produk ditambah 3P, yaitu orang (*people*), proses (*process*), dan lingkungan fisik (*physical evidence*). *Excelso Coffee* dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen juga

menetapkan strategi pemasarannya berupa penetapan harga, kualitas produk dan *store atmosphere* (suasana toko). Hal ini dilakukan agar kepuasan konsumennya semakin tinggi sesuai dengan yang diharapkan. Menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja (yang nyata diterima). Crow et. All (2003) dalam Priansa (2017:197) menyatakan bahwa kepuasan berasal dari bahasa latin “*satis*”, yang berarti cukup dan sesuatu yang memuaskan akan secara pasti memenuhi harapan, kebutuhan, atau keinginan, dan tidak menimbulkan keluhan.

Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Menurut Lupiyoadi (2001:158) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu harga. *Excelso coffee* dalam proses usahanya harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat, kualitas produk dan *store atmospherenya* agar target penjualannya tetap meningkat dan kepuasan konsumen yang semakin tinggi. Meskipun produksi dan pemasaran yang telah dilakukan dengan baik, pada kenyataanya volume penjualan dan jumlah konsumen di *Excelso Coffee* kurang stabil. Berikut adalah tabel pendapatan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

Tabel 1 Perbandingan Pendapatan

Bulan	Pendapatan (Omset)
April	Rp 50.965.000
Mei	Rp 56.271.600
Juni	Rp 87.324.160
Juli	Rp 76.843.620
Agustus	Rp 239.299.800
September	Rp 189.030.000

Sumber: Dokumentasi *Excelso Coffee Mall Olympic*

Garden Malang, Oktober 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pendapatan penjualan pada tahun 2020 di 6 bulan terakhir ini kurang stabil. Kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak berjalan sesuai dengan fungsinya, sehingga menyebabkan pendapatan tidak maksimal. Berdasarkan data-data yang didapat, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi seperti tingkat kepuasan konsumen yang kurang optimal berpengaruh pada volume penjualan yang masih cenderung kurang stabil dan adanya persepsi harga yang relatif tinggi daripada kompetitor lain. *Excelso Coffee* ini mempunyai kompetitor yang salah satunya *Starbucks Coffee*. *Starbucks Coffee* adalah sebuah perusahaan kopi dan jaringan kedai kopi global asal Amerika Serikat didirikan tahun 1971. Berikut adalah tabel perbandingan harga *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang dengan *Starbucks Coffee* Malang.

Tabel 2 Perbandingan Harga *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang dengan *Starbucks Coffee* Malang

Jenis Produk Yang Sama	Harga	
	<i>Excelso Coffee Mall Olympic Garden</i> Malang	<i>Starbucks Coffee</i> Malang
<i>Cappucino</i>	Rp 49.500	Rp 48.400
<i>Café Latte</i>	Rp 47.300	Rp 48.400
<i>Mocha</i>	Rp 47.300	Rp 59.300
<i>Chocolate</i>	Rp 55.000	Rp 49.940
<i>Frappio Mocha</i>	Rp 57.750	Rp 52.800
<i>Frappio Coffe</i>	Rp 57.750	Rp 42.900

Sumber: Observasi Peneliti, Oktober 2020

Berdasarkan tabel diatas dari observasi yang peneliti lakukan harga yang ditawarkan di *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang relatif tinggikarena tidak ada pilihan ukuran volume atau porsi yang diberikanseperti di *Starbucks Coffee* Malang.

Selain harga yang membuat faktor kepuasan konsumen yaitu *store atmosphere*. Menurut Tjiptono dan Candra (2011) dalam Priansa (2017:209) menyatakan bahwa salah satu variabel kepuasan konsumen yaitu suasana toko (*store atmosphere*), konsumen akan merasa tertarik mengunjungi *coffee shop* tersebut dan merasakan puas apabila *store atmosphere* yang dirasakan membuat nyaman. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda. *Store atmosphere* bisa menjadi alternatif untuk membedakan *cafe* yang

satu dengan yang lainnya. *Store atmosphere* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. *Desain coffee* yang baik akan menarik keinginan konsumen untuk mengetahui lebih dalam segala sesuatu yang ditawarkan oleh *coffee shop* tersebut. *Store atmosphere* dapat dibangun melalui sistem pencahayaan, pengaturan tata letak dan penataan yang baik untuk menarik konsumen. Membuat konsumen tertarik adalah salah satu tujuan awal yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. *Store atmosphere* merupakan salah satu penawaran yang diberikan produsen dan jika hal itu ditanggapi dengan positif oleh konsumen akan berdampak besar bagi tempat tersebut untuk dikunjungi. *Store atmosphere* tidak hanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian tetapi juga pada kepuasan konsumen karena produsen harus bisa melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan tidak beralih pada kompetitor lain.

Berdasarkan Indonesia Baik (<https://Indonesiabaik.id>) menyatakan Indonesia memiliki peluang dalam pengembangan industri pengolahan kopi karena selain punya pasar yang besar, juga didukung dengan potensi bahan baku. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis seperti hilirisasi dalam rangka meningkatkan nilai tambah dan peningkatan kapasitas produksi. Indonesia adalah negara penghasil biji kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia dengan produksi rata-rata sebesar 639 ribu ton per tahun atau sekitar 8% dari produksi kopi dunia. Komposisi produksi kopi Indonesia adalah 72,84% kopi jenis robusta dan

27,16% kopi jenis arabika. Melalui perkembangan tersebut, Indonesia yang awalnya dikenal sebagai produsen kopi, perlahan berkembang menjadi negara konsumen kopi. Bahkan, industri pengolahan kopi nasional tidak hanya menjadi pemain utama di pasar domestik, tetapi juga telah merambah sebagai pemain global.

Excelso Coffee juga meningkatkan kualitas produknya dengan menghasilkan kopi kualitas terbaik dalam bentuk biji kopi dan bubuk kopi. Produk yang menjadi andalan *Excelso Coffee* ini adalah produk kopinya. Produk kopi ini dibedakan menjadi dua, yaitu produk kopi lokal dan produk kopi internasional. Berikut adalah tabel Jenis Produk Kopi *Excelso Coffee*.

Tabel 3 Jenis Produk Kopi *Excelso Coffee*

<i>Jenis Produk Kopi Excelso Coffee</i>	
Produk Kopi Lokal	Produk Kopi Internasional
Robusta Gold	Brazilian Santos
Kalosi Toraja	Colombian Supremo
Sumatera Mandheling	Jamaica Blue Mountain
Luwak Toraja	
Lanang Toraja	
Java Arabica	
Classic	

Sumber: Dokumentasi *Excelso Coffee Mall Olympic Garden*

Malang, Oktober 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa berbagai macam produk kopi lokal maupun internasional di *Excelso Coffee*. Berbagai macam produk kopi tersebut, sudah diperjualbelikan di retail. Seperti contoh di Malang sendiri produk kopi *Excelso Coffee* ini ada di *hypermart*, *giant*, lai-lai dll. Produk kopi *Excelso Coffee* yang ada di retail ini berbentuk biji kopi dan bubuk kopi. *Excelso Coffee* selalu memberikan perubahan yang lebih baik untuk produk kopinya dengan tujuan memberikan rasa puas terhadap konsumen. Menurut Salomon (2011) dalam Priansa (2017:197) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen, para manajer harus secara tetap memonitor kemampuannya untuk memenuhi pembatas kepuasan yang semakin tinggi.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, pada dasarnya setiap kepuasan konsumen terdapat pengaruh adanya harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal serta produk kopi internasional. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, Store Atmosphere, Produk Kopi Lokal dan Produk Kopi Internasional**

Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang*)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diajukan rumusan masalahdalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang* ?
2. Apakah *store atmosphere* dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang*?
3. Apakah produk kopi lokal dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang*?
4. Apakah produk kopi internasional dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang*?
5. Apakah terdapat pengaruh simultan antara harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang*?
6. Bagaimana kontribusi naik turunnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)pada konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang*?
7. Variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
2. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
3. Mengetahui pengaruh produk kopi lokal terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
4. Mengetahui pengaruh produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
5. Mengetahui pengaruh variabel indenpenden (harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional) secara simultan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
6. Mengetahui kontribusi naik turunnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) pada konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
7. Mengetahui variabel mana yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara akademis dan praktis, diantaranya yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sarana pembelajaran, agar ilmu yang di dapat selama perkuliahan dapat diimplementasikan serta menambah wawasan dan pemahaman mengenai harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini akan menambah wawasan dan pemahaman akan pentingnya pemasaran terkait harga, *store atmosphere* dan produk. Selain itu, hasil penelitian ini memberikan pengetahuan bagaimana pengambilan kepuasan konsumen terhadap harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan pada pihak *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi penelitian selanjutnya untuk merumuskan masalah-masalah baru yang timbul dalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperdalam pengetahuan mengenai harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumen.

E. Sistematika Pembahasan

Pembahasan hasil ini akan disistematika menjadi lima bab yang saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya, sebelum memasuki bab pertama akan ada sampul, halaman motto, lembar persetujuan skripsi, lembar pengesahan majelis penguji, halaman pernyataan orisinalitas, ringkasan *summary*, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran. Setelah itu dilanjutkan dengan beberapa bab yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I

Bab satu pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah yang ada, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II

Bab dua tinjauan pustaka menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel, kerangka hiptotesis dan hipotesis.

BAB III

Bab tiga metode penelitian menjelaskan tentang dimana membahas jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel dan pengukuran, populasi, sampel, indikator, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV

Bab empat hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden dan penyaji data, analisis data dan interpretasi dan pembahasan.

BAB V

Bab lima penutup berisi tentang kesimpulan dan saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang, maka dapat ditarik kesimpulan. Penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, *Store Atmosphere*, Produk Kopi Lokal dan Produk Kopi Internasional Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan data dalam penelitian ini dengan melakukan observasi dan penyebaran kuesioner kepada konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang yang sudah pernah membeli produk kopi lokal maupun produk kopi internasional dengan 100 responden. Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Hal ini ditunjukkan dengan t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $-1.164 < 1.985$ dan tingkat signifikan 0.248 lebih besar dari 0.05 sehingga H_a ditolak dan H_o diterima.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Hal ini ditunjukkan dengan t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0.706 < 1.985$ dan tingkat signifikan 0.482 lebih besar dari 0.05 sehingga H_a ditolak dan H_o diterima.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial produk kopi lokal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Hal ini ditunjukkan dengan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.915 > 1.985$ dan tingkat signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Hal ini ditunjukkan dengan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2.186 > 1.985$ dan tingkat signifikan 0.031 lebih kecil dari 0.05 sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.
5. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji F (simultan) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara simultan harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Hal ini ditunjukkan dengan F hitung

lebih besar dari F tabel yaitu $19.920 > 2.47$ dan tingkat signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

6. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan uji koefisien determinasi (R^2) dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai (*Adjusted R square*) diperoleh sebesar 0,433. Artinya bahwa variabel terikat kepuasan konsumen (Y) mampu dijelaskan 43,3% oleh variabel bebas harga (X1), *store atmosphere* (X2), produk kopi lokal (X3) dan produk kopi internasional(X4). Sedangkan sisanya 56,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
7. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan uji analisis regresi linier berganda dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel produk kopi lokal (X3) adalah variabel yang memiliki koefisien beta paling besar yaitu 0.486. Jadi, variabel yang berpengaruh dominan adalah produk kopi lokal (X3).

A. Saran

1. Bagi Perusahaan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang
 - a. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS *Statistic 19* bahwa variabel produk kopi lokal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Dalam hal ini perusahaan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* tetap mempertahankan produk kopi lokal terkait keasaman atau *acidity*, aroma kopi dan karakter body. Distribusi jawaban responden menunjukkan hasil nilai *mean* atau nilai rata-rata

pada variabel produk kopi lokal sebesar (4.05), sedangkan hasil nilai *mean* atau nilai rata-rata per item dari variabel produk kopi lokal yang terendah adalah pernyataan “Produk Kopi Lokal *Excelso Coffee* memiliki keasaman dengan baik yang dapat dinikmati oleh konsumen” sebesar (3.96). Dalam hal ini perusahaan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas rasa keasaman pada produk kopi lokal agar konsumen dapat menikmatinya ketika produk kopi lokal itu diseduh.

- b. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS *Statistic 19* bahwa variabel produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Dalam hal ini perusahaan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* tetap mempertahankan produk kopi internasional terkait keasaman atau *acidity*, aroma kopi dan karakter *body*. Distribusi jawaban responden menunjukkan hasil nilai *mean* atau nilai rata-rata pada variabel produk kopi internasional sebesar (4.01), sedangkan hasil nilai *mean* atau nilai rata-rata per item dari variabel produk kopi internasional yang terendah adalah pernyataan “Rasa Produk Kopi Internasional *Excelso Coffee* seimbang antara pahit, manis, dan asam” sebesar (3.95). Dalam hal ini perusahaan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang harus memperhatikan dan menyeimbangkan rasa antara pahit, manis, dan asam pada produk kopi

internasional agar konsumen dapat menikmati produk kopi internasional tersebut.

- c. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS *Statistic 19* bahwa dalam uji simultan (uji F) secara simultan variabel harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Dalam hal ini perusahaan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* tetap mempertahankan harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumennya. Agar konsumen tetap senantiasa merasa puas ketika berkunjung dan menikmati produk kopi dari *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang peneliti miliki karena banyaknya keterbatasan. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggali lebih banyak informasi terkait variabel yang diteliti, serta untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak, sehingga penelitian akan menjadi lebih akurat dan diharapkan peneliti selanjutnya bisa menggunakan indikator – indikator lain dari sumber buku yang berbeda.

Demikian kesimpulan dan saran yang dapat penulis atau peneliti dengan harapan bahwa apa yang penulis sampaikan dapat membantu dalam memberikan masukan dan memberikan manfaat.



DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, & Riduwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakaya.
- Daryanto, & I. Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Florenzia Irena Sari Listiono. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Interveningdi Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.Vol. 1. No. 1.
- Hasan, I. (2009). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT BumiAskara.
- Indonesiabaik.id (2019,8 Agustus) Indonesia, Negara Penghasil Kopi Terbesar keempat Dunia.Diakses pada 19 Oktober 2020, dari <https://indonesiabaik.id/infografis/indonesia-negara-penghasil-kopi-terbesar-keempat-dunia>.
- Kotler, G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008).*Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.(2016).*Marketing Managemen*. Jakarta: Erlangga.
- Levy, Michael and Barton Weitz. (2001). *Retailing Management*. International Edition. McGraw-Hill, New York.
- Lily Harlina Putri. (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.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa,Teori dan Praktik. Edisi Pertama*. Jakarta:Salemba Empat.
- Ma'aruf, H. (2005).*Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Muhammad Demas Nurdiansyah dan Matadji. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Volume 1. Nomer 1.
- Pangganbean, E. (2012). *The Secret of Barista*.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyono, Achmad Agus. (2015). *Analisis Data dengan SPSS*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Putri Utami. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Excelso Coffe Mall Kelapa Gading 3 Jakarta. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi.
- Republika.co.id (2020,5 Agustus) Kemendag: Peluang Bisnis Kopi Indonesia Masih Lebar. Diakses pada 19 Oktober 2020, dari <https://republika.co.id/kemendag-peluang-bisnis-kopi-indonesia-masih-lebar>.
- Rizki Fawzi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pelanggan Otentik Kopi Jogja). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi.
- Sarwoko. (2007). *Statistik Inferensi Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Stanton, W. J. (2010). *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Sugiaro. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andy Offset.
- Sugiaro. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andy Offset.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D., & Setiawan. A. (2013). *Statistik Kesehata Paramatrik, Non Paramatrik, Validitas, dan Reliabilitas*. Yogyakarta: Nuha Medika.

Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran.Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.

Utami, C. W. (2008). *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*. Malang: Banyumedia.

Yazid. (2001). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Ekonisia.

