



**PENGARUH SUASANA CAFE, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CHILL CAFE TUMPANG**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Chill Cafe Tumpang)

SKRIPSI

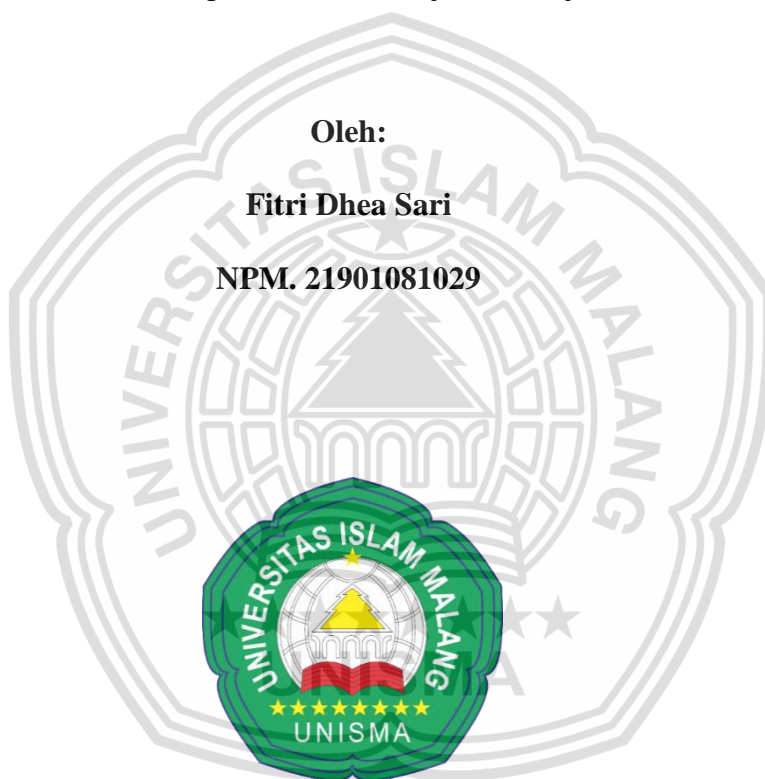
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Fitri Dhea Sari

NPM. 21901081029



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2023

ABSTRAKSI

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus pada Chill Cafe Tumpang yang di JL. Pahlawan Barat No. 360, Kebonsari, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *kuantitatif* yang bertujuan untuk menjelaskan hasil dari setiap variabel dan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya, sumber data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari menyebarkan kuesioner *Berskala Likert* kepada pelanggan Chill Cafe Tumpang. Perhitungan sampel pada penelitian menggunakan rumus Slovin dengan jumlah sampel yang representatif, dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 90 responden. Hasil dari penelitian ini adalah variabel Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara parsial Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: *Suasana Cafe, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan*



ABSTRAC

This research is used to determine whether Cafe Atmosphere, Location, and Service Quality affect Customer Satisfaction in the case study of Chill Cafe Tumpang on JL. Western Hero No. 360, Kebonsari, Tumpang District, Malang Regency. The method used in this research is quantitative which aims to explain the results of each variable and the influence between one variable and another, the data source used is primary data obtained from distributing Likert- scale questionnaires to Chill customers Cafe Tumpang. The sample calculation in this study used the slovin formula with a representative number of samples in this study. The number of samples was 90 respondents. The results of this study are that the variables of Cafe Atmosphere, Location, and Service Quality simultaneously influence Customer Satisfaction. Partially Cafe Atmosphere, Location, and Service Quality affect Customer Satisfaction.

Keywords: *Cafe Atmosphere, Location, Service Quality, and Customer Satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan bisnis yang semakin banyak terlihat pada era sekarang hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha bisnis yang ada seperti *coffe shop*. Banyaknya *coffe shop* yang ada juga dapat dilihat dari hasil data statistik *International Coffe Organization (ICO)* bahwa Indonesia negara pengekspor kopi dunia dengan pertumbuhan positif 17.9% pada Januari 2021 dibanding Januari 2020, dan dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya hal ini terungkap oleh *International Coffe Organization (ICO)* yang berpusat di London, Inggris.

Indonesia yang merupakan negara di urutan kelima dengan konsumsi kopi terbanyak pada tahun 2020/2021 sebanyak 604 ribu kantong yang semula pada Januari 2020 hanya 512 ribu kantong yang sekarang bertambah sebanyak 5 juta kantong berukuran 60 kilogram. Pada 2021 pasokan kopi diperkirakan mencapai 795 ributon dengan konsumsi 370 ribu ton, pasokan kopi dari pengusaha kopi perkebunan rakyat. Jenis kopi Robusta yang berasal dari sentra kopi di Sumatra Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur dan Jawa Tengah. Dengan peningkatan konsumsi kopi yang ada maka dapat dipastikan bahwa bisnis *coffe shop* pertumbuhannya juga sedang berkembang sangat pesat terutama di Tumpang yang semakin banyak *coffe shop* dengan lokasi yang strategis.

Banyak terdapat berbagai macam bisnis tetapi bisnis *coffe shop* ini sedang digandrungi oleh kalangan muda, yang dulunya hanya skala kecil menjadi lebih berkembang ke skala yang lebih besar seperti dulu biasa disebut warung kopi

(warkop) dan angkringan sekarang menjadi lebih maju yaitu *coffe shop* dan restoran sehingga para pelaku usaha bersaing untuk mengembangkan bisnisnya dengan inovasi dan kreatifitas dengan tujuan untuk kepuasan pelanggan.

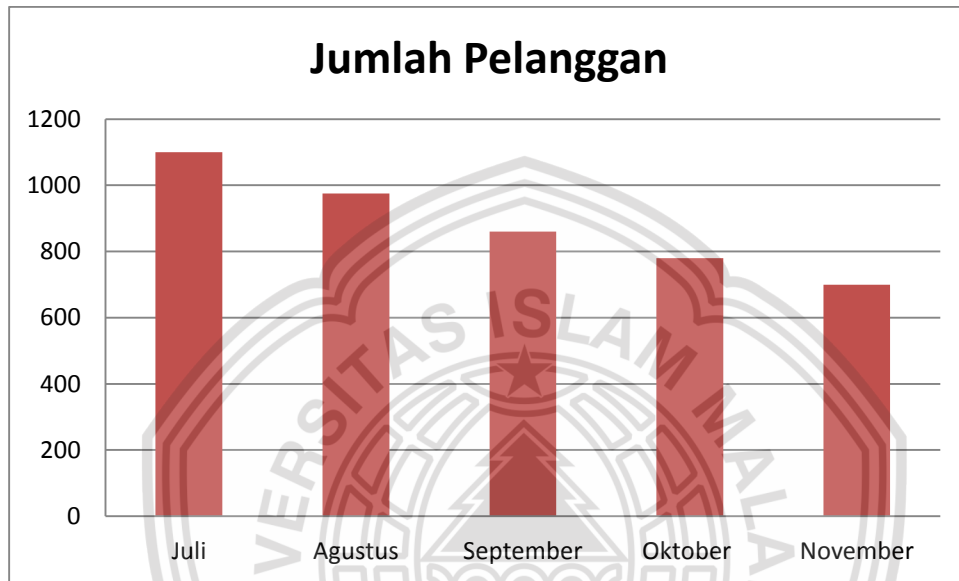
Persaingan yang cukup ketat ini, maka bisnis kafe perlu meningkatkan kekuatan dalam perusahaannya dengan cara memberikan keunikan yang dimiliki perusahaan dibanding dengan pesain. Maka dari itu, perlunya inovasi untuk nantinya dapat merebut hati para pelanggannya. Setiap kafe yang berdiri menawarkan banyak keunggulan sebagai pemikat yang bertujuan memuaskan konsumen saat berkunjung dan menikmati pelayanan yang disediakan.

Kafe menjadi salah satu tempat yang banyak diminati dan dikunjungi oleh pelanggan, kafe juga merupakan tempat untuk berkumpul dan bersantai bersama teman, keluarga, saudara, rekan kerja untuk melepas penat atau hanya untuk saling bersapa setelah aktivitas yang telah dikerjakan selama sehari. Mahasiswa pun juga memanfaatkan tempat ini yaitu kafe sebagai tempat kedua setelah rumah untuk menyelesaikan tugas. Banyaknya kafe yang ada menyebabkan persaingan yang cukup ketat sehingga pelanggan menjadi lebih memilih dan memilah kafe yang akan dikunjungi.

Hal ini menjadi peluang bagi Chill Cafe Tumpang untuk terus mengevaluasi dan terus belajar dalam perkembangan bisnis *coffe shop*. Oleh karena itu, Chill Cafe berkomitmen untuk terus mengembangkan gerai kafenyanya. Chill Cafe Tumpang ini terletak di Jl. Pahlawan Barat No.360, Kebonsari, Tumpang, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65156. *Coffe shop* ini sudah berdiri sekitar tahun 2018, yang dimana dilokasi tersebut juga terdapat beberapa *coffe shop* yang baru-baru ini berdiri di daerah tersebut. Namun dengan

adanya pesaing maka Chill Cafe Tumpang terus mengupdate perkembangan *coffee shopnya* dan mempertahankan kualitas dari cafe tersebut sehingga dapat memberikan kenyamanan yang diperoleh pelanggan pada saat datang merasa betah saat mengunjungi dan melakukan pembelian di Chill Cafe Tumpang tersebut.

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pelanggan Chill Cafe



Sumber Data: Chill Cafe Tumpang

Dari hasil wawancara dengan pemilik cafe data menunjukkan bahwa jumlah pelanggan Chill Cafe selama bulan Juli – November 2022 mengalami penurunan, Situasi seperti ini perlu perhatian oleh Pemilik Chill Cafe Tumpang. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Kepuasan Pelanggan mengalami penurunan karenanya perlu meningkatkan dari faktor Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan agar dapat meningkatkan meningkatkan jumlah pelanggan karena Kepuasan Pelanggan yang terpenuhi dan sesuai ekspektasi pelanggan. Dari segi Suasana Cafe saat pelanggan terlalu banyak menyebabkan kebisingan dan agak ramai karena tempatnya juga tidak terlalu luas, untuk pelanggan yang membawa balita harus ekstra waspada karena lokasi yang dekat dengan jalan raya sehingga

rawan untuk pelanggan yang membawa balita. Faktor pelayanan juga menjadi salah satu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana pelayanan apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan atau belum, karenanya kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa faktor diatas serta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dari meningkatkannya Suasana Cafe, Lokasi, dan Kalitas Pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat juga.

Tujuan ini sejalan dengan pemikiran (Tjiptono, 2019), bahwa kepuasan pelanggan merupakan pemikiran atau kenyataan sebelum pembelian berpikir mengenai kinerja yang didapat setelah melakukan pembelian. Kepuasan pelanggan tercipta karena pelayanan yang diberikan selama proses pembelian apakah yang didapat perasaan senang atau kecewa, dengan adanya kepuasan pelanggan akan menilai kinerja yang buruk akan membuat pelanggan kecewa sedangkan kinerja yang melebihi harapan pelanggan akan membuat pelanggan merasa puas dan dapat membentuk loyalitas. Pelanggan yang diibaratkan sebagai seorang raja dimana harus dilayani dengan baik dan maksimal, namun dalam hal ini dalam usaha memuaskan kebutuhan pelanggan maka dilakukan dari kedua belah pihak dimana masing-masing pihak berkontribusi dalam mencapai kualitas pelayanan yang baik. Sehingga dalam usaha tersebut dapat mempertahankan pelanggan untuk keberlangsungan usaha atau bisnis (Nurhalimah, Siti, Hasiholan, 2018)

Salah satu faktor pendukungnya yaitu Suasana Cafe, dimana cafe memiliki pencahayaan, tatanan ruangan, serta keunikan yang membuat pelanggan memilih tempat tersebut untuk dikunjungi dan menikmati suasana yang ada. Penataan yang baik akan membuat Suasana Cafe menjadi lebih berkesan bagi pelanggan dan

menjadikan nilai tambah bagi cafe tersebut yang nantinya berpengaruh terhadap jumlah pelanggan yang semakin meningkat. Suasana cafe merupakan salah satu faktor yang menunjang bisnis cafe dimana atmosphere yang diciptakan membuat pelanggan merasa berbeda untuk setiap cafe yang mereka datangi. (Kotler & Keller, 2000) *atmosfer* adalah suasana suatu konsep yang disusun dengan tujuan dapat menarik untuk membeli. (Umar, 2002) *atmosfer* cafe merupakan keseluruhan efek emosional yang diciptakan oleh suasana yang dapat memuaskan kedua belah pihak yang terkait, retailer dan pelanggannya.

Pemilihan Lokasi juga berpengaruh bagi kelangsungan eksistensi cafe yang berdiri pada daerah tersebut. Dalam penelitian (Nurhalimah, Siti, Hasiholan, 2018) lokasi yang strategis dengan lokasi yang dekat dengan jalan raya akan memudahkan bagi pelanggan untuk berkunjung karena jangkauannya mudah. Lokasi berdirinya Chill Cafe Tumpang memiliki akses yang mudah dijangkau serta diketahui oleh pelanggan, manfaat lokasi yang mudah dijangkau adalah memberikan efisien waktu dan tenaga. lahan parkir yang ada berada diarea yang terbuka sehingga kendaraan pelanggan bisa saja kehujanan ataupun kepanasan. Dalam (Lie et al., 2021) kebersihan lokasi dengan penyediaan tempat sampah dan juga pembersihan saat pelanggan pergi membuat kenyamanan akan lokasi kafe.

Memberikan Kualitas Pelayanan yang baik merupakan upaya perusahaan untuk pengoptimalan di era persaingan yang ketat. Menurut (Tjiptono, 2019) kualitas pelayanan (*service quality*) berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta puntuk memenuhi harapan pelanggan agar terjalin loyalitas. Pelayanan yang tidak lama serta sikap ramah saat melakukan pelayanan pada pelanggan membuat merasa terlayani dengan baik sesuai harapan pelanggan. Hal

ini sesuai dengan pernyataan dalam penelitian (Nurhalimah, Siti, Hasiholan, 2018) kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi harapan pelanggan. Harapan pelanggan merupakan keinginan pelanggan sebelum melakukan pembelian pada kafe tersebut yang nantinya menjadi penilaian mengenai kinerja pelayanan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan terasebut peneliti tertarik untuk meneliti variabel Suasana Cafe, Lokasi dan Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen studi pada Chill Cafe Tumpang, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Suasana Cafe, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang” dengan studi kasus pada pelanggan Chill Cafe Tumpang.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas , maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang?
2. Apakah Suasana Cafe berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang?
3. Apakah Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan Suasana Cafe, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial Suasana Cafe terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun pihak yang terlibat, adapun manfaatnya sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik Cafe
Sebagai pedoman dan pertimbangan bagi pemilik cafe dalam menentukan langkah dan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dari Chill Cafe Tumpang.
2. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai sarana bagi peneliti untuk memperoleh wawasan baru pada bidang pemasaran.

- b. Sebagai sarana bagi peneliti untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.
3. Bagi Akademik
Sebagai rujukan bagi peneliti lain yang ingin menganalisis permasalahan yang sama dan tambahan referensi, koleksi kepastakaan dalam bidang manajemen.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang. Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan sebelumnya maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang secara simultan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Suasana Cafe berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang secara parsial.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang secara parsial.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang secara parsial.

5.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini penulis mempunyai keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Chill Cafe Tumpang sehingga hasil penelitian hanya di gunakan untuk Chill Cafe Tumpang saja.

2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan sebagai penentu Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Chill Cafe Tumpang, Sehingga selain variabel-variabel tersebut tidak dibahas lebih lanjut dan detail.
3. Berdasarkan perolehan analisis data maka untuk peneliti selanjutnya mengenai Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, dengan jumlah sampel yang lebih banyak dan luas, dan menggunakan instrument penelitian yang lebih terbaru serta lengkap.

5.3 Saran

Pada penelitian ini penulis memberikan saran yaitu:

1. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan lebih luas, maka penelitian selanjutnya diharapkan subjek penelitiannya lebih diperbanyak.
2. Bagi Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain untuk mengetahui hasil yang lebih baik serta menggunakan objek penelitian lebih dari 1 agar hasil yang didapat lebih luas.
3. Pengelola Chill Cafe Tumpang diharapkan dapat mempertahankan dan mengembangkan lagi dari segi Suasana Cafe, Lokasi, dan Kualitas pelayanan agar lebih baik dan memenuhi Kepuasan Pelanggan. Perusahaan juga perlu meningkatkan hal lain diluar hasil penalitian yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Banat, A., & Wandebori, H. S. T. (2012). Store design and store atmosphere effect on customer sales per visit economics. *Management and Behavioral Sciences*, 84–89.
- Dewi, P. V. A., Agung, P., & Prayoga, M. S. (2019). pengaruh store atmosphere, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada Dreamblack Coffee). *Jurnal Manajemen*, 6, 1–15.
- Fandy, T. (2007). Strategi Pemasaran, edisi kedua. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2000). *Administração de marketing*. São Paulo. *SP: Pearson Prentice Hall*.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta. *PT Gelora Aksara Pratama*.
- Lie, D., Butarbutar, M., Simatupang, S., Efendi, E., Damanik, H. A., & Silaen, M. F. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(2), 32. <https://doi.org/10.37403/strategic.v1i2.19>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Berbasis Kompetensi (Ke-3)*. Salemba Empat.
- Nurhalimah, SITI, Leonardo Budi Hasiholan, dan C. H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran). *Journal of Management*, 4(4), 1–15.
- Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.
- Priyastama, R. (2017). *Buku sakti kuasai spss, pengolahan data & analisis data*.
- Priyatno, D. (2016). Belajar alat analisis data dan cara pengolahannya dengan SPSS. *Yogyakarta: Gava Media*.
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 9(5), 2. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>

- Roflin, E., Liberti, I. A., & Pariyana. (2021). pengertian Survei menurut Sugiyono 2018. *Eprints.Walisongo.Ac.Id*, 11. <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/3069/>
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- Saputra, A. (2022). *Pengaruh Lokasi, Harga, Display Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fatimah Mart Pekanbaru*.
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 750–756.
- Sofyan, S. I. (2016). *Statistika Deskriptif untuk penelitian dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, Ed. I. Cet. II*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Syaodih Sukmadinata, N. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*, Yogyakarta: penerbit andi.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence. *Journal of Business Research*, 49(2), 193–211. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00010-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00010-7)
- Umar, H. (2002). *Metode riset bisnis: panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel (edisi 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Veronica Siregar, S., & Bachtiar, Y. (2010). Corporate social reporting: empirical evidence from Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(3), 241–252.
- Winda Jaya, R. A., & Afi Rachmat Slamet. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kafe Family Kopi di Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 46–62.
- Yani, J. A. (n.d.). Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Ferrari, JR, Jhonson, JL, & McCown, WG (1995). *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research & Treatment*. New York: Plenum Press. Yudistira P, Chandra. *Diktat Ku*.