

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS : *COFFEE SHOP TEKAPE COFFEE AND EATERY*)

Puja Setiawan¹⁾, Ice Kamela²⁾, Purbo Jadmiko³⁾
JURUSAN MANAJEMEN, FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA

Email: sayapuja13@gmail.com, icekamela@yahoo.com, Purbojadmiko@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Sejarah kopi di Indonesia dimulai pada tahun 1696 ketika Belanda membawa kopi dari Malabar, India ke Jawa. Mereka membudidayakan tanaman kopi tersebut di Kedawung, sebuah perkebunan yang terletak dekat batavia. Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea Canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea Arabica*).

Padang adalah kota budaya dan kota pelajar, dimana banyak orang yang tinggal di kota ini untuk mencari ilmu. Banyaknya orang di Padang ini membuat pelaku bisnis di bidang *coffee shop* ini bertambah. *Coffee shop* yang ada ini pun beragam jenisnya, *Coffee shop* biasa disebut warung kopi atau kedai kopi. *Coffee shop* bisa diartikan sebuah cafe kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi dan terkadang minuman non-alkohol, makanan sederhana. Baru baru ini kota Padang semakin marak *coffee shop* baru yang berdiri dan tersebar di Padang. *Coffee shop* yang tersebar di Padang ini berbagai macam. Akan tetapi tidak semua *coffee shop* ramai dikunjungi oleh pengunjung. Ada banyak hal yang mempengaruhi konsumen untuk membeli kopi di sebuah *coffee shop*, seperti kenyamanan toko, harga, kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan dan lain-lain. Banyak *coffee shop* yang memiliki keunikan dan ciri khas yang berbeda-beda.

Sehingga banyak *coffee shop* yang berlomba-lomba untuk menciptakan suatu inovasi keunggulan yang berbeda-beda. Keunggulan tersebut dapat diperlihatkan dari makanan dan minuman yang disajikan, memiliki harga yang terjangkau, lokasi, suasana tempat yang memberikan kenyamanan, memberikan *live music* dan *free wifi*, sehingga membuat sesuatu yang berbeda dengan yang lainnya. Berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan peneliti, ulasan pengunjung berkomentar tentang pelayanan dan suasana yang kurang baik, dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana pengaruh yang di desain sebuah usaha bisnis seperti *coffee shop* terhadap perilaku yang di lihatkan konsumen. Hal ini berkaitan

dengan penurunan pemasukan *coffee shop* yang di tunjukan penurunan drastis kwartal terakhir di tahun 2019 dimana berturut-turut pemasukan menurun, hal ini membuat peneliti beropini ada hubungannya *desain, atmosphere*, suasana tempat dengan penurunan pendapatan yg di tunjukan dari komentar salah satu konsumen di ulasan tekape and eatery yang menunjukkan respon yang cukup baik untuk perkembangan *coffee shop* tersebut. Berdasarkan uraian di atas peneliti memberikan nama penelitian ini dengan judul **Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.**

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *nonprobability sampling*, karena peneliti tidak memberi peluang yang sama bagi setiap konsumen untuk dijadikan sampel. Untuk itu cara penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *puposive sampling*, teknik ini dipilih karena peneliti menggunakan pertimbangan sendiri dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan

Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Tekape Coffee and Eatery dan bukan pelanggan tetap. Objek pada penelitian ini yaitu pelanggan dari Tekape Coffee and Eatery, dengan banyak sampel dalam penelitian ini adalah minimal 80 sampel atau responden. Menggunakan Analisis Regresi Berganda dengan Uji T Statistik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa *Store Atmosphere* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Coffee Shop Tekape Coffee And Eatery*". Hasil ini berbeda dengan temuan yang di dapatkan oleh Florencia dan Sugiono (2015) yang mengemukakan bahwa secara statistik memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Perolehan tersebut menunjukkan bahwa konsumen telah memberikan respon yang baik dan positif terhadap *amosphere* yang telah diciptakan Libreria Eatery. Artinya Libreria Eatery telah mampu

menciptakan *atmosphere* yang sesuai dengan harapan konsumen yang menjadikan mereka puas dan menjadi loyal misalnya ditandai dengan bersedia untuk datang kembali ataupun merekomendasikan ke kerabat yang lain. Hasil penelitian lain yang sejalan di dapatkan dari temuan Heryati (2015) yang berjudul Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, *Private Brand*, terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan *Hypermart* Puri Jakarta. menemukan bahwa *Store Atmosphere* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Bahwa secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan diantara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan Erni dan Wiyadi (2016) Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan sebuah perusahaan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan atau semakin rendah kualitas pelayanan sebuah perusahaan maka semakin rendah loyalitas pelanggan. Sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini telah terbukti kebenarannya.

Bahwa secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan diantara variabel Harga terhadap Loyalitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan Erni dan Wiyadi (2016) Variabel Harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga maka semakin tinggi loyalitas pelanggan atau semakin buruk persepsi pelanggan terhadap harga maka semakin rendah loyalitas pelanggan. Jadi hipotesis kelima dalam penelitian ini telah terbukti kebenarannya

Tabel 1
Hasil pengujian statistik

Keterangan	sig	Cut Off	Kesimpulan
Store atmosphere	0.662	0.05	Ditolak
Kualitas pelayanan	0.000	0.05	Diterima
harga	0.000	0.05	Diterima

Pada pengujian t-statistik dengan menggunakan variabel *Store Atmosphere* diperoleh nilai sig sebesar 0.662. Proses pengolahan dilakukan dengan menggunakan tingkat kepercayaan 0.05. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan bahwa nilai sig 0.662 jauh diatas tingkat kepercayaan 0.05. Maka keputusannya adalah H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada tahapan pengujian t-statistik dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai sig sebesar 0.000. Proses pengolahan dilakukan dengan menggunakan tingkat kepercayaan 0.05. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan bahwa nilai sig 0.005 jauh dibawah tingkat kepercayaan 0.05. Maka

keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada tahapan pengujian t-statistik pada variabel ketiga yaitu harga memperoleh nilai sig sebesar 0.000. Proses pengolahan dilakukan dengan menggunakan tingkat kepercayaan 0.05. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan bahwa nilai sig 0.000 jauh dibawah tingkat kepercayaan 0.05. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Store Atmosphere* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Coffee Shop* *Tekape Coffee And Eatery*.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Coffee Shop* *Tekape Coffee And Eatery*.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Coffee Shop* *Tekape Coffee And Eatery*.

Saran

Bagi *Coffee Shop* *Tekape Coffee And Eatery*, dalam upaya meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada *Coffee Shop* *Tekape Coffee And Eatery*, diharapkan perusahaan mampu memperhatikan Kualitas Pelayanan karyawan *Coffee Shop* terhadap konsumen dan harga yang masih belum sesuai bagi konsumen karena terbukti memberikan pengaruh yang besar terhadap Loyalitas Pelanggan tanpa mengabaikan variabel lain yang tidak diteliti. Sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan *Store Atmosphere* Kualitas Pelayanan, dan Harga yang baik kepada pelanggan sehingga akan menghasilkan Loyalitas yang baik untuk dimasa yang mendatang. Bagi peneliti selanjutnya, Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dan melibatkan variabel-variabel sebagai berikut yaitu Penjualan, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, Minat Beli, Citra Merek, CRM, Kualitas Produk dan lain sebagainya yang relevan dan berkaitan, *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas. Dengan harapan hasil penelitian lebih akurat dan memiliki manfaat yang jauh lebih besar, sehingga perusahaan dapat meningkatkan prestasi pada tahun-tahun berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ernidan Wiyadi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol. 18, No. 2, Desember 201*
- Florenca dan Sugiono. 2015. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1 No. 1*
- Hairr JR Joseph F, William C Black, Barry J, Babin dan Rolph E, Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis*. McGraw-Hill, Irwin
- Heryati. 2015. Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta. *Jurnal Komunikologi Volume 12 Nomor 1*
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian manajemen*. Bandung: Refika aditama.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kopi>

<https://jurnalbumi.com/knol/sejarah-kopi/#note-522-2>