

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RUMAH DISKUSI ALCO DI KOTA PADANG (STUDI KASUS RUMAH DISKUSI ALCO DI KOTA PADANG)**

**Hafid Rahman<sup>1</sup>, Mery Trianita<sup>2</sup>, Linda Wati<sup>3</sup>**  
**Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta**

E-mail : [hafid.rahman696@gmail.com](mailto:hafid.rahman696@gmail.com), [merytrianita@bunghatta.ac.id](mailto:merytrianita@bunghatta.ac.id),  
[lindawati@bunghatta.ac.id](mailto:lindawati@bunghatta.ac.id)

## **A. PENDAHULUAN**

Saat ini perkembangan teknologi telah banyak mempengaruhi pola pikir, tingkah dan budaya masyarakat Indonesia. Dengan perkembangan teknologi berimbas juga terhadap perkembangan bisnis yang begitu pesat. Hal ini memungkinkan begitu banyaknya budaya di negara Indonesia di mana kemudian diberikan dampak oleh budaya luar negeri. Sebagai contoh pengaruh budaya tersebut adalah budaya *ngopi* atau meminum kopi masyarakat Indonesia yang sebelumnya di warung-warung kecil, menjadi di restoran modern atau *coffee shop*. Dengan kecepatan penyebaran informasi melalui teknologi, trend untuk berkumpul di *coffee shop* menjadi salah satu alasan didirikannya banyak *coffee shop* di Sumatera Barat. Salah satu *coffee shop* yang sedang berkembang di kota Padang, Sumatera Barat adalah Rumah diskusi alco. *Coffee shop* ini berteman tempat diskusi yang nyaman untuk siapa saja. *Coffee shop* ini berlokasi di Jalan Durian Taruang, Pasar Ambacang, Kuranji, kota Padang. *Coffee shop* ini menawarkan berbagai varian produk

olahan minuman kopi dan makanan dengan berbagai menu yang menarik.

Menurut Griffin (2005) mengutarakan dimana loyalitas merupakan kesetiaan dari konsumen yang juga menjadi suatu bentuk kesetiaan dimana konsumen bisa melakukan pembelian secara konsisten dan tak hanya sebatas membeli 1 buah produk saja tetapi juga membeli produk lainnya tempat usaha yang sama kemudian memberikan rekomendasi terhadap orang lain supaya tidak melirik kompetitor lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dan menurut Levy and Weitz (2001) mengemukakan bahwa suasana toko merupakan penciptaan suasana toko melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian.

## **B. METODE PENELITIAN**

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian produk

Rumah Diskusi Alco di kota Padang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini masyarakat yang sudah

pernah berkunjung dan membeli produk di Rumah Diskusi Alco. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden, dengan teknik purposive sampling. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer. Sumber data penelitian ini yaitu data dari kuesioner. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Rumah Diskusi Alco yang sudah di tentukan kriterianya.

### Teknis analisis data

#### Model pengukuran (outer model)

*Outer model* sering juga disebut (*outer rotation atau measurement model*) mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variable latennya Ghazali (2013).

1. *Convergent Validity*
2. *Discriminant Validity*
3. *Reliability Construct*

#### Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Model structural dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* untuk konstruk dependen, dan Uji T serta Signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

### Uji Hipotesis

PLS menggunakan *nonparametric test* untuk menentukan tingkat signifikansi dari *path coefficient*, di mana nilai signifikansi t-statistik yang dihasilkan dengan menjalankan *algorithm bootstrapping report* pada SmartPLS digunakan untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan. Hipotesis akan diterima apabila nilai t-statistik melebihi nilai t-tabel untuk derajat signifikansi 0,05 sebesar 1,96 Ghazali (2013).

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen Rumah Diskusi Alco Padangmaka digunakan analisis jalur (*Path Analysis*) dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Loyalitas  
= Konstanta

1 = Koefisien Regresi X1

2 =Koefisien Regresi X2

X1 = Kualitas Produk

X2 = *StoreAtmosphere*

e = Variabel Pengganggu

## C. HASIL PEMBAHASAN

### Hasil Pengujian Hipotesis

Arah	Original sample	T Statistic	P Values	Keterangan
Kualitas produk ( $x^1$ ) → Loyalitas pelanggan (y)	0.338	2.217	0.027	H <sub>1</sub> diterima
<i>Store Atmosphere</i> ( $x^2$ ) → Loyalitas pelanggan (y)	0.476	3.131	0.002	H <sub>2</sub> diterima

Hasil pengujian hipotesis pertama terkait Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode *Structural Model Assessment* diperoleh original sample sebesar 0,338 T-statistic 2,217 (besar dari 1,96) dan P values nya 0,027 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah diskusi alco di kota padang, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Silitonga (2019) pada pelanggan Cyclo Coffee & Apparel menemukan bahwa variabel kualitas prioduk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis kedua terkait *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan dengan

menggunakan metode *Structural Model Assessment* diperoleh original sample sebesar 0,476, T-statistic 3,131 (besar dari 1,96) dan P values nya 0,002 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah diskusi alco di kota padang, sehingga hipotesis pertama (H2) diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dilakukan oleh Penelitian berikutnya dilakukan Listiono dan Sugiarto (2015) terhadap pelanggan Liberia Eatery Surabaya menemukan bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelangga

#### **D. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dalam penelitian ini meunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan pada Rumah Diskusi Alco di kota Padang. (2) *Store Atmosphere* berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan Pada Rumah Diskusi Alco di kota Padang. Penelitian ini hanya menganalisis aspek kualitas produk dan *store atmosphere*. Kualitas produk yang ada di Rumah diskusi alco sudah baik, adapun kekurangan dari kualitas produk yang diberikan, Rumah diskusi alco perlu ditingkatkan dengan membuat standarisasi mengenai kesesuaian kestabilan rasa. Dilihat dari *store*

*atmosphere* sudah baik, adapun kekurangan di *store atmosphere* yang diberikan, Rumah diskusi alco lebih ditingkatkan antara lain penggunaan teknologi dalam transaksi pembayaran. Dan Rumah diskusi alco lebih gencar melakukan promosi untuk memperluas informasi agar menarik atau menambah pelanggan di rumah diskusi alco.

Rumah diskusi alco diharapkan dapat terus memenuhi permintaan konsumen agar konsumen menjadi loyal agar tidak beralih ke coffee shop lain. Diharapkan meningkatkan inovasi baru mengenai *store atmosphere* dalam coffee shop agar tetap memiliki daya tarik bagi pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Griffin , Jil. (2005). Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- [2] Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ketigabelas Jilid 1. Dialihbahasakan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Eirlangga.
- [3] Levy, Michael., & Barton A Weitz . 2001. Retailing Management 4th ed. Person edition. USA: Richard D Darwin, Inc.
- [3] Listiono, F. I. S., & Sugiarto, D. S. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–9
- [4] Anggraini, N., Silitonga, P. (2019). Pengaruh Publisitas, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cyclo Coffee & Apparel. *Jurnal EDUTURISMA*, 3(2)..