



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI LINTAS KOPI KOTA DEPOK JAWA BARAT

Syafiq Shiddiegy¹, Mada Faisal Akbar²

¹Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

syafiqshiddiegy19@gmail.com

²Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

dosen02471@unpam.ac.id

Abstract. *This study aims to determine how much influence Service Quality and Store Atmosphere have on Consumer Satisfaction at Kedai Lintas Kopi, Depok City, West Java. The method used is a quantitative method with an associative approach. The population in this study were consumers at Kedai Lintas Kopi, Depok City, West Java. The sample collection technique used the Slovin formula which obtained a sample of 100 respondents. Data analysis used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The results of this study indicate that partially service quality has a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation $Y = 1,823 + 0,472 X_1$, the correlation coefficient value is 0.880 and the coefficient of determination value is 77.4% the remaining 22.6% is influenced by other factors. The hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(18,336 > 1.984)$. Thus H_0 is rejected H_1 is accepted. For store atmosphere, partial results show that store atmosphere has a significant effect on consumer satisfaction with regression $Y = 6.111 + 0.826 X_2$, the correlation coefficient value is 0.880 and the determination coefficient value is 79,7%, the remaining 20,3% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(19.587 > 1.984)$. The hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(19,587 > 1,984)$. Thus, H_0 is rejected and H_2 is accepted. For the results of service quality and store atmosphere, they have a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation $Y = 2,247 + 0.359 X_1 + 0.484 X_2$. The coefficient of determination is 83.6% while the remaining 16.4% is influenced by other factors. The hypothesis test F_{count} value $> F_{table}$ or $(247,615 > 3.09)$. Thus, H_0 is rejected and H_3 is accepted*

Keywords : Service Quality, Store Atmosphere, Customer Satisfaction

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Lintas Kopi Kota Depok Jawa Barat. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Kedai Lintas Kopi Kota Depok Jawa Barat. Teknik pengumpulan sampel menggunakan rumus slovin yang diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 1.823 + 0.472 X_1$, Nilai koefisien korelasi sebesar 0,880 dan nilai koefisien determinasi sebesar 77,4% sisanya sebesar 22,6% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(18.336 > 1,984)$. Dengan demikian H_0 ditolak H_1 diterima. Untuk store atmosphere menunjukkan hasil secara parsial bahwa store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan regresi $Y = 6.111 + 0.826 X_2$, Nilai koefisien korelasi sebesar 0,880 dan nilai koefisien determinasi sebesar 79,7% sisanya sebesar 20,3% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(19.587 > 1.984)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. Untuk hasil kualitas pelayanan dan store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2.247 + 0.359 X_1 + 0.484 X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 83,6% sedangkan sisanya sebesar 16,4% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(247.615 > 3.09)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima.*

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere , Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era modern, perekonomian Indonesia berada dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif di berbagai sektor industri. Tingginya tingkat persaingan tersebut mendorong pelaku usaha untuk mengoptimalkan efisiensi operasional serta meningkatkan kualitas produk dan layanan guna mempertahankan keberlangsungan usaha. Dalam kondisi ini, konsumen memiliki semakin banyak pilihan produk dan jasa dengan karakteristik yang beragam, sehingga perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan tingkat kepuasan konsumen secara lebih mendalam sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting karena berperan dalam menciptakan loyalitas dan keberlanjutan bisnis.

Tabel 1. 1
Data Penjualan Kedai Lintas Kopi Tahun 2021-2024

No	Tahun	Penjualan (Rp)	Target	Keterangan
1	2021	271.380.000	300.000.000	Tidak Tercapai
2	2022	323.400.000	300.000.000	Tercapai
3	2023	297.240.000	300.000.000	Tidak Tercapai
4	2024	255.600.000	300.000.000	Tidak Tercapai

Sumber : Data Primer Dari Kedai Lintas Kopi 2021 - 2024

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas data penjualan Kedai Lintas Kopi periode 2021–2024, dapat disimpulkan bahwa pencapaian target penjualan cenderung berfluktuasi. Pada tahun 2021, penjualan sebesar Rp271.380.000 belum mampu mencapai target Rp300.000.000. Pada tahun 2022, terjadi peningkatan penjualan menjadi Rp323.400.000 sehingga target berhasil tercapai. Namun, pada tahun 2023 penjualan kembali menurun menjadi Rp297.240.000 dan belum memenuhi target. Penurunan berlanjut pada tahun 2024 dengan total penjualan sebesar Rp255.600.000, yang juga tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan, hanya pada tahun 2022 target penjualan berhasil dicapai, sedangkan pada tahun-tahun lainnya belum terpenuhi.

Tabel 1. 2
Data Jumlah Konsumen Kedai Lintas Kopi Tahun 2021-2024

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2021	4.523
2	2022	5.390
3	2023	4.954
4	2024	4.260

Sumber: Data Primer Dari Kedai Lintas Kopi 2021-2024

Pada Tabel 1.2 di atas terlihat adanya fluktuasi jumlah konsumen Kedai Lintas Kopi selama periode 2021–2024. Jumlah konsumen meningkat dari 4.500 orang pada tahun 2021 menjadi 5.390 orang pada tahun 2022, kemudian mengalami penurunan menjadi 4.954 orang pada tahun 2023, dan kembali turun ke 4.260 orang pada tahun 2024. Fluktuasi ini diduga disebabkan oleh keterbatasan jangkauan pemasaran dan upaya promosi Kedai Lintas Kopi yang belum optimal. Penurunan jumlah konsumen berimplikasi pada menurunnya volume penjualan, sehingga pihak manajemen perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Dengan mengetahui

dan memperbaiki faktor-faktor tersebut, Kedai Lintas Kopi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta menstabilkan jumlah konsumen yang datang ke kedai.

Tabel 1. 3
Hasil Pra-survey Kepuasan Konsumen Pada Kedai Lintas Kopi Kota Depok Jawa Barat

No	Indikator Pernyataan	Jawaban		Jumlah	Jawaban	
		Ya	Tidak		Ya	Tidak
1	Keandalan	13	17	30	43,3%	56,7%
	Kedai Lintas Kopi memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen					
2	Keyakinan	13	17	30	43,3%	56,7%
	Kebersihan area Kedai Lintas Kopi (meja,tempat duduk,lantai) terjaga dengan baik					
3	Empati	11	19	30	36,7%	63,3%
	Kedai Lintas Kopi memiliki pengetahuan yang baik tentang menu dan dapat memberikan rekomendasi yang membantu					
4	Berwujud	14	16	30	46%	54%
	Produk kopi dan makanan pada Kedai Lintas Kopi memberikan kualitas rasa yang sangat baik					

Sumber :Hasil Pra-survey Kepuasan Konsumen Kedai Lintas Kopi 2025

Berdasarkan Tabel 1.3. Hasil pra survey dapat dijelaskan bahwa penilaian konsumen terhadap beberapa indikator pelayanan dan produk di Kedai Lintas Kopi masih menunjukkan kecenderungan yang kurang positif, meskipun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan.

TINJAU PUSTAKA

Landasan Teori

Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Menurut George R. Terry dalam Aditama (2020), manajemen merupakan suatu proses yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengendalian, yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan berbagai sumber lain.

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Sudarsono (2020), manajemen pemasaran merupakan upaya untuk menyusun perencanaan, melaksanakan—yang mencakup kegiatan mengorganisasi, mengarahkan, dan mengoordinasikan—serta melakukan pengawasan terhadap aktivitas pemasaran dalam suatu organisasi, sehingga tujuan organisasi dapat dicapai secara efisien dan efektif.

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler, kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap kesesuaian antara layanan yang diterima dengan layanan yang mereka harapkan (Kotler et al., 2020). Kualitas pelayanan juga dipahami sebagai upaya menjaga serta meningkatkan hubungan psikologis antara konsumen dan pelaku usaha, terutama untuk memonitor dan menangani keluhan yang mungkin muncul (Syah, 2021). Selain itu, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Rijali & Rahmawati, 2022). Pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan (Kurniawan & Yulianto, 2021).

1. Pengertian Store Atmosphere

Store atmosphere menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian. Lingkungan toko yang nyaman mampu merangsang dan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga pada akhirnya mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang diukur dalam satu skala numerik (angka) dan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data interval (diukur dengan jarak) dan data rasio (diukur dengan proporsi) menurut (Kuncoro, 2016). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif karena penelitian ini membutuhkan pengumpulan data yang bersifat angka statistik dengan data ordinal dengan metode survei melalui kuesioner. Kemudian data yang sudah diperoleh melalui kuisisioner akan dianalisis dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono menjelaskan bahwa penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019).

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi penelitian merupakan sekumpulan objek yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu dan dikelompokkan sesuai kategori, yang dapat berupa individu, dokumen, atau catatan yang dianggap relevan dengan topik penelitian. Sugiyono (2019:119) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan. Sementara itu, menurut Sarwono (2012), populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelanggan Kedai Lintas Kopi yang berada di Kota Depok, Jawa Barat.

Sampel

Menurut Tanjaya et al. (2019:493), sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih dan memiliki karakteristik yang mewakili populasi tersebut. Apabila jumlah

populasi terlalu besar sehingga peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi karena keterbatasan biaya, waktu, dan tenaga, maka peneliti dapat mengambil sebagian dari populasi sebagai sampel penelitian. Dengan demikian, populasi mencakup keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian, sedangkan sampel merupakan sebagian dari populasi tersebut yang digunakan sebagai sumber data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Asumsi Klasik

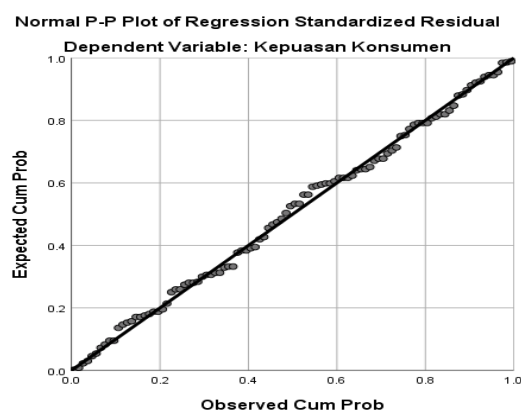
1. Uji Normalitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Normalitas Dengan *Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67651927
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.039
	Negative	-.048
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15 di atas, diperoleh nilai signifikan $0,200^{c,d} > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan melalui grafik probability plot, di mana penyebaran titik-titik residual mengikuti garis diagonal, sesuai dengan diagram penyebaran yang di olah dengan menggunakan SPSS versi 26 seperti gambar di bawah ini:



Gambar 4.1
Grafik P-P Plot Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa grafik normal probability plot menunjukkan pola grafik normal, dengan titik-titik mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Multikolinieritas Dengan Collinearity Statistic

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.247	1.559		1.442	.153		
	Kualitas Pelayanan	.359	.074	.419	4.848	.000	.226	4.429
	Store Atmosphere	.484	.080	.524	6.055	.000	.226	4.429

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel 4.16 di atas diperoleh nilai *tolerance* variabel kualitas pelayanan dan *store atmosphere* sebesar 0,226, dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1. dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel kualitas pelayanan dan *store atmosphere* sebesar 4.429, dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model *regresi* ini dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 4.3
Tabel Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.914 ^a	.836	.833	1.694	1.731

a. Predictors: (Constant), Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.17 di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1.731 yang terletak pada -2 dan +2. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji durbin-watson diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.074	.917		3.353	.001
	Kualitas Pelayanan	-.036	.044	-.171	-.814	.417
	Store Atmosphere	-.005	.047	-.023	-.109	.914

a. Dependent Variable: ABS Res

Sumber: Data diolah (2025)

Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Adapun hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.823	1.819		1.003	.319
Kualitas Pelayanan	.754	.041	.880	18.336	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.29 di atas diperoleh nilai *t hitung* > *t tabel* ($18.336 > 1,985$) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai *p value* < Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian *H₀* ditolak dan *H₁* diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Lintas Kopi Kota Depok Jawa Barat.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 4.6
Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Kualitas Pelayanan (X₁) dan Store Atmosphere (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1420.649	2	710.325	247.615	.000 ^b
	Residual	278.261	97	2.869		
	Total	1698.910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.31 di atas diperoleh nilai *F hitung* > *F tabel* atau ($247.615 > 3.09$), hal ini juga diperkuat dengan *p value* < Sig 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka *H₀* ditolak dan *H₃* diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Kedai Lintas Kopi Kota Depok Jawa Barat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan temuan penelitian ini bertujuan untuk membahas dampak dan signifikansinya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai korelasi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,880, yang termasuk dalam kategori 0,80–1,00 dan mengindikasikan hubungan yang sangat kuat. Dengan demikian, keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat dikatakan sangat kuat. Sementara itu, nilai *R square* sebesar 0,774 berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₁) mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 77,4%, sedangkan 22,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra, I. P. Y. M., Hartati, N. P. S., & Mashyuni, I. A. (2023). Yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud. Bagus Bagus Kerambitan Tabanan. Dimana dalam penelitian nya berkesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

***Store Atmosphere* (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa nilai korelasi untuk variabel *store atmosphere* sebesar 0,892, yang berada pada kategori 0,80–1,00 dan menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Hal ini berarti *store atmosphere* memiliki keterkaitan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen. Selain itu, nilai R square sebesar 0,797 menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere* (X₂) memberikan kontribusi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 79,7%, sedangkan 20,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Safitri, R., & Irmal, I. (2025). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Martha's Salon Buaran, SERUA. Dimana dalam penelitian nya berkesimpulan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga H₂ diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) dan *Store Atmosphere* (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,880, yang berada pada rentang 0,80–1,00 dan menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Dengan demikian, hubungan antara kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen juga berada pada kategori sangat kuat. Sementara itu, nilai R square sebesar 0,836 menandakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan *Store Atmosphere* (X₂) secara simultan mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 83,6%, sedangkan 16,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Siagian, H. E., Wahono, R., & Erlita, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bravo Resto. dimana di dalam penelitiannya berkesimpulan bahwa kualitas pelayanan, *store atmosphere*, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bravo Resto.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan hasil analisis serta pembahasan mengenai kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 1.823 + 0.754 X_1$, nilai korelasi sebesar 0,880 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 77,4%, dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(18.336 > 1,985)$. Dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Lintas Kopi Kota Depok Jawa Barat.

2. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 6.111 + 0.826 X_2$, nilai korelasi sebesar 0,880 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 79,7%, dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(19.587 > 1,985)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Kedai Lintas Kopi Kota Depok Jawa Barat.
3. Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2.247 + 0.359 X_1 + 0.484 X_2$, nilai korelasi sebesar 0.914 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 83.6%, sedangkan sisanya sebesar 16,4% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(247.615 > 3.09)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Kedai Lintas Kopi Kota Depok Jawa Barat.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna, terdapat kelemahan dan keterbatasan. Peneliti merasa hal ini memang pantas terjadi sebagai pembelajaran peneliti dan penelitian yang selanjutnya. Dalam hal ini peneliti memaparkan kekurangan, kelemahan dan keterbatasan yang terjadi.

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini belum sepenuhnya komprehensif karena hanya berfokus pada wilayah Depok, Jawa Barat, sehingga informasi yang diperoleh masih terbatas dan tidak mewakili kondisi di daerah lain. Selain itu, beberapa informasi yang dikumpulkan tidak cukup mendalam, terutama terkait variabel kualitas pelayanan. Kondisi ini membatasi kemampuan penelitian untuk digeneralisasikan, sebab hasilnya kemungkinan hanya relevan untuk konteks dan lokasi tertentu. Keterbatasan tersebut juga dapat memunculkan potensi bias akibat tidak terakomodasinya seluruh faktor eksternal secara menyeluruh.
2. Keterbatasan waktu pelaksanaan penelitian membuat peneliti tidak dapat melakukan eksplorasi lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan, *store atmosphere*, serta kepuasan konsumen. Proses pengumpulan data dilakukan hanya dalam satu periode, sehingga belum mampu menggambarkan perubahan maupun dinamika tingkat kepuasan konsumen dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, hasil penelitian ini bersifat sementara dan masih memerlukan penelitian lanjutan dengan rentang waktu yang lebih panjang agar temuan yang dihasilkan lebih komprehensif dan akurat.
3. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya 100 orang, sehingga belum tentu mewakili kondisi kepuasan konsumen secara umum. Selain itu, terdapat kemungkinan bahwa tanggapan yang diberikan responden tidak sepenuhnya menggambarkan persepsi nyata mereka. Oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden serta menggunakan metode pendukung lain, seperti wawancara, agar data yang diperoleh lebih akurat dan mampu memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen.

Saran

Berdasarkan pada hasil kesimpulan diatas sebagai hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Dilihat dari analisis deskriptif yang memiliki nilai terkecil pada indikator Kualitas Pelayanan (X_1) dalam pernyataan “Produk Kopi Dan Makanan Pada Kedai Lintas Kopi Memberikan Kualitas Rasa Yang Sangat Baik” yang mempunyai nilai sebesar 4,37. Maka saran yang di berikan sebaiknya staff Kedai Lintas Kopi lebih memastikan bahwa setiap produk kopi yang disajikan benar-benar telah melalui proses pengolahan yang optimal, baik dari segi rasa kopi maupun kualitas penyajian makanan. Hal ini penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta menjaga persepsi positif terhadap kualitas pelayanan dan produk kopi yang di tawarkan.
2. Dilihat dari analisis deskriptif yang memiliki nilai terkecil pada indikator *Store Atmosphere* (X_2) dalam pernyataan “Pesanan Yang Disajikan Pada Kedai Lintas Kopi Disajikan Dengan Tampilan Menarik Dan Sesuai Dengan Harapan Konsumen” yang mempunyai nilai sebesar 4,26. Maka saran yang diberikan sebaiknya staff Kedai Lintas Kopi dapat lebih meningkatkan pesanan kopi yang untuk disajikan dengan tampilan kopi yang lebih menarik pelanggan. Hal ini penting untuk diperhatikan karena ini memberikan kesan positif serta menambah kenyamanan konsumen selama berada di kedai lintas kopi. Dengan demikian, seluruh layanan secara keseluruhan dapat terus ditingkatkan.
3. Dilihat dari analisis deskriptif yang memiliki nilai terkecil pada indikator Kepuasan Konsumen (Y) dalam pernyataan “Kedai Lintas Kopi Memiliki Pengetahuan Yang Baik Tentang Menu Dan Dapat Memberikan Rekomendasi Yang Membantu” yang mempunyai nilai sebesar 4,33. Maka saran yang diberikan agar konsumen datang kembali, sebaiknya staff Kedai Lintas Kopi dapat terus meningkatkan kualitas secara keseluruhan, baik dari segi kopi, kenyamanan tempat, maupun kecepatan dan keramahan pelayanan. Dengan menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan, konsumen akan merasa puas dan terdorong untuk kembali memilih kedai lintas untuk di kunjungi kembali.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.
<https://books.google.co.id/books?id=9zfvDwAAQBAJ>
- Afandi, P. (2018). *Manajemen sumber daya manusia (Teori, konsep dan indikator)*. Riau: Zanafa Publishing, 3.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id=RDbaEQAAQBAJ>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W. (2021). *Fundamentals of Management*. Cengage Learning Asia Pte Limited. <https://books.google.co.id/books?id=hrptzgEACAAJ>
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2018). *PENGANTAR MANAJEMEN HOSPITALITY*. Penerbit NEM.
<https://books.google.co.id/books?id=WxAzEAAAQBAJ>
- Kotler, P., Setiawan, I., Kartajaya, H., Vandercammen, M., Volle, P., & Jallat, F. (2020). *Marketing 4.0: L'ère du digital*. De Boeck supérieur.
<https://books.google.co.id/books?id=dXblDwAAQBAJ>

- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS): Tuntunan Praktis dalam Menyusun Skripsi*. Elex Media Komputindo.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=27259>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22862>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta. <https://library.bpk.go.id/koleksi/detil/jkpkbpkpp-p-JqlWOf3t1i>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://library.bpk.go.id/koleksi/detil/jkpkbpkpp-p-1RENPFknuz>
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Widina. <https://books.google.co.id/books?id=8KtWEAAQBAJ>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, pemasaran, dan komunikasi kontemporer*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Jurnal :

- Agustin, I., Azhad, M. N., & Santoso, B. (2019). Product diversity, atmosfer kafe dan harga dampaknya terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cak Wang Banyuwangi. *J. Penelit. Ipteks*, 4(1).
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh store atmosphere pada kepuasan pelanggan yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 249–258.
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh store atmosphere dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Alfamart BSD Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1).
- Gracia, B. A., & Dipayanti, K. (2020). Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Kosumen Pada Toko Roti Breadlife Cabang Bintaro Exchange. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 62–78.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor indihome gegerkalong di kota bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 413–423.
- Jelatu, S., & Ardana, I. (2018). Effect of GeoGebra-Aided REACT Strategy on Understanding of Geometry Concepts. *International Journal of Instruction*, 11(4), 325–336.
- Kristiana, M. (2017). Pengaruh store atmosphere dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).
- Manurung, R. W., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Caffé Kebun Latte Di Ciater Tangerang Selatan. *JEAC: Journal of Economic Academic*, 1(02), 255–266.
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90–108.

- Pradipta, I. G. M., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Yang Coffee Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 43–50.
- Pratiwi, R. D., & Prajanto, A. (2020). Faktor Internal dan Eksternal Sebagai Determinan Peningkatan Penyaluran Kredit Bank Umum di Indonesia. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 16–26.
- Putra, I. P. Y. M., Hartati, N. P. S., & Mashyuni, I. A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada UD. Bagus Bagus Kerambitan Tabanan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 375–384.
- Putri, Y. N., & Sutrisna, E. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen ER Cofffe Pekanbaru. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 99–111.
- Rahmi, R., Sufitrayati, S., Nelly, N., Zalikha, Z., & Riska, R. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warkop Opik. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(2), 852–863.
- Rijali, N. F., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Owners Store Tanjung Tabalong. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 43. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13123>
- Safitri, R., & Irmal, I. (2025). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Martha's Salon Buaran, Serua. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(4), 5126–5139.
- Sari, N. K. A. N. M., & Kusumawijaya, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Motel Mexicola Restaurant Seminyak. *Journal Research of Management*, 3(2), 204–213.
- Siagian, H. E., Wahono, R., & Erlita, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bravo Resto. *Syntax Idea*, 2(5), 68–73.
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2022). Peran citra merek dalam membangun kepuasan dan loyalitas konsumen: sebuah kajian teoritis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3794–3807.
- Triatmojo, R., & Zaini, A. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Era Coffe Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 206–210.
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521.
- Widayanti, A., & Masreviastuti, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen di Oura Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 20–23.

Web page :

BPS. (2023). *Statistik Kopi Indonesia 2023*. <https://doi.org/10.3389/fped.2016.00035>