

**PENGARUH DIMENSI STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA CAFE ANTOLOGI COLLABORATIVE SPACE DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

JOHN MARTHEN HEHANUSSA

11130081

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Progam Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

JOHN MARTHEN HEHANUSSA

11130081

Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : John Marthen Hahnussa
NIM : 11130081
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

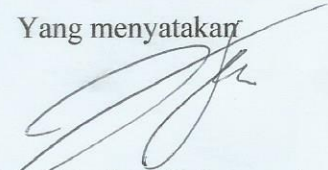
“JUDUL SKRIPSI/TESIS/DISERTASI”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 30 November 2020

Yang menyatakan


(John Marthen Hehanussa)

NIM.11130081

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH DIMENSI STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA CAFE ANTOLOGI COLLABORATIVE SPACE DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

JOHN MARTHEN HEHANUSSA

11130081

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

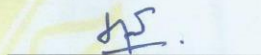
dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal **06 AUG 2020**

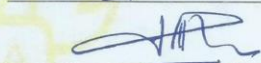
Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Drs. Sisuhadi, MBA., Ph.D
(Ketua Tim Penguji)
2. Dr. Heru Kristanto, M.T
(Dosen Penguji)
3. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
(Dosen Pembimbing)








Yogyakarta, **14 AUG 2020**

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis


Dr. Retno Pangeran, SE., M. Si.

Ketua Program Studi Manajemen


Drs. Sisuhadi, MBA., Ph.D

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas akhir dengan judul :

PENGARUH DIMENSI STORE ATMOSPHERE TERHADAP CAFE ANTOLOGI COLLABORATIVE SPACE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program studi SI Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 29-7-2020



11130081

HALAMAN MOTTO

“fall down seven times, stand up eight times”

Nanakorobi Yaoki

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Dimensi Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Antologi Collaborative Space Di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya yang selalu berlimpah dalam kehidupan saya, yang sudah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kepada kakak-kakak saya terkasih yang selalu memberi dukungan melalui doa, motivasi, nasehat-nasehat, serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Untuk orang tercinta saya Carissa Chandra, S.Ikom yang selalu mendukung saya dalam doa dan motivasi.

4. Untuk sahabat saya yang selalu memberi motivasi dan member semangat kepada saya.
5. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
6. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
7. Ibu Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
8. Teman-teman Manajemen 2013 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Dimensi Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Antologi Collaborative Space Di Daerah Istimewa Yogyakarta".

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, oleh karena itu saya hendak mengucapkan terima kasih. Akhir kata, saya menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan. Semoga penyusunan laporan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 29 Juni 2020

Penulis,



John Marthen H

NIM: 1130081

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI.....	xiv
ABSTRACT	xiiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Store Atmosphere	8
2.1.1 Pengertian Store Atmosphere	8
2.1.2 Elemen Store Atmosphere.....	9
2.2 Kepuasan Konsumen	16

2.2.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	16
2.3	Faktor Yang Menentukan Kepuasan Konsumen Kepuasan Konsumen .	16
2.4	Penelitian Sebelum nya	17
2.5	Kerangka Penelitian.....	19
2.6	Pengembangan Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penilitan	25
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	25
3.3	Waktu dan Lokasi	26
3.4	Variabel Penelitian.....	26
3.5	Populasi dan Sampel	29
3.5.1	Populasi	29
3.5.2	Sampel	30
3.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.7	Sumber Data	30
3.8	Teknik Pengumpulan Data	31
3.9	Definisi Operasional	32
3.10	Teknik Pengujian Instrumen	33
3.10.1	Uji Validitas.....	33
3.10.2	Uji Reliabilitas	34
3.11	Teknik Analisis Regresi Berganda	35
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan		38
4.1	Analisis Deskriptif	38
4.1.1	Analisis Profil Responden	39
4.2	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	44

4.2.1	Uji Validitas.....	44
4.2.2	Uji Reliabilitas	49
4.3	Uji Hipotesis.....	50
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi	54
4.3.3	Uji F	55
4.3.4	Uji T	57
4.3.5	Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	66
5.3	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		70
SURAT PERNYATAAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4 Penelitian Sebelumnya.....	18
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	41
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Kunjungan	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Eksterior.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel General Interior	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Interior Display	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Store Layout	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4.14 Nilai Koefisien Determinasi R^2	54
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	19
Gambar 2.2 Metode Penelitian.....	22

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	72
Kuesioner	73
Hasil Uji Reliabilitas	75
Keabsahan R^2	80

©UKDW

ABSTRAKSI

PENGARUH DIMENSI STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUSASAN KONSUMEN PADA CAFE ANTOLOGI COLLABORATIVE SPACE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi store atmosphere berpengaruh kepada kepuasan konsumen pada Cafe Antologi Collaborative Space di Daerah Istimewa Yogyakarta dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di Cafe Antologi Collaborative Space.

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah orang yang sudah pernah mengunjungi Cafe Antologi Collaborative Space minimal dua kali.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = 6,327 + 0,157X_1 - 0,089X_2 + 0,150X_3 + 0,273X_4$.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang berpengaruh adalah variable interior display yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,150 lalu variable store layout berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,273 dan yang berpengaruh negative adalah variable eksterior yang berpengaruh negative terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,-157 lalu variable general interior berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar -,089.

Kata-kata kunci: Eksterior, General Interior, Interior Display. Store Layout.

ABSTRACT

THE EFFECT OF ATMOSPHERE STORE DIMENSION ON CONSUMER SATISFACTION IN COLLABORATIVE SPACE CAFE ANTOLOGY IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA

This study aims to determine whether the dimensions of store atmosphere affect consumer satisfaction in the Collaborative Space Anthology cafe in the Special Region of Yogyakarta and analyze the most dominant factor in influencing consumer satisfaction in the Collaborative Space Cafe Anthology.

In this study, 100 respondents will be sampled. The method used is probability sampling with purposive sampling technique. Purposive sampling is sampling from the population based on a certain criteria. The sample selection criteria in this study are people who have visited the Collaborative Space Anthology cafe at least twice.

Based on the results of the study, obtained the following regression equation: $Y = 6,327 + -, 157 X1 + -, 089 X2 + 0,150 X3 + 0,273 X4$.

Based on statistical data analysis, the indicators in the study are valid and the variables are reliable. The individual order of each influential variable is the interior display variable which has a positive effect on consumer satisfaction with a regression coefficient of 0.150 then the store layout variable has a positive effect on customer satisfaction with a regression coefficient of 0.273 and the negative effect is an exterior variable that has a negative effect on consumer satisfaction with a regression coefficient of 0, -157 then the general interior variable has a negative effect on customer satisfaction with a regression coefficient of - .089

Key words: Exterior, General Interior, Interior Display. Store Layout.

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota yang mempunyai banyak sekali kedai kopi atau *cafe* yang membuat para pesaing bisnis yang sejenis harus dapat memenangkan persaingan bisnis yang ketat dikarenakan sudah sangat banyak bisnis yang sama dijalankan di kota D.I.Yogyakarta.

Pada tahun 2017 Simetri Coffee Roaster mengadakan *workshop* bertajuk *Coffee Journey – How to Start Business Coffee Shop in Yogyakarta* yang mencatat bahwa pada tahun 2017 jumlah kedai kopi di Yogyakarta dan sekitarnya telah mencapai angka 1.200 kedai. Angka ini jauh lebih tinggi dari kota-kota besar terdekat seperti Semarang yang kurang lebih sekitar 700 kedai kopi dan Solo yang hanya 400 kedai kopi. Oleh karena itu memenangkan persaingan adalah salah satu syarat untuk bisa sukses dalam bisnis *cafe* di D.I.Yogyakarta. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan dalam banyaknya *cafe* yang ada adalah dengan cara menciptakan *store atmosphere* (suasana toko) yang unik. Dengan menciptakan *store atmosphere* yang unik adalah salah satu cara untuk membedakan *cafe* yang satu dengan yang lainnya.

Salah satu *cafe* yang mempunyai *store atmosphere* yang unik adalah *Antologi Collaborative Space*. Antologi mempunyai *store atmosphere* yang unik dan menyenangkan karena sebagian besar bangunannya menggunakan kaca dan mempunyai banyak tanaman yang menimbulkan kesan asri bagi setiap

orang yang mengunjunginya. Bangunan cafe dipenuhi dengan perabotan yang menggunakan bahan dasar kayu sehingga menimbulkan kesan minimalistik *modern* yang sangat nyaman. Desain *cafe* dibuat se nyaman mungkin untuk kepuasan pelanggannya yang ingin menghabiskan waktu di *cafe* tersebut. Bangunan Antologi bergaya industrial, dimana banyak sudut ruangan yang dibiarkan “mentah” agar menimbulkan kesan yang unik. Dihiasi dengan lampu-lampu gantung membuat kesan bangunan tegas namun hangat.

Cafe pada jaman sekarang dituntut untuk selalu mempunyai daya tarik yang berbeda dengan tempat-tempat sejenis lainnya. *Antologi Collaborative Space* adalah salah satu *cafe* yang memanfaatkan elemen-elemen *store atmosphere* dengan maksimal untuk menarik para pelanggan. Ada beberapa upaya yang dilakukan Antologi dalam pemanfaatan elemen *store atmosphere* yang maksimal, salah satunya ialah desain bangunan yang dibuat se nyaman mungkin bagi pelanggan. *Antologi Collaborative Space* juga menyediakan tempat membaca dengan koleksi buku yang cukup banyak. Pada lantai dua, biasa diisi oleh *startup* yang menggunakan bangunan itu sebagai kantor. Perabotan kursi dan meja dirancang untuk tempat diskusi produktif. Suasana di Antologi sangat berbeda dengan *cafe* pada umumnya dimana pada *cafe* ini sangat hening dan tenang meskipun banyak sekali pengunjung yang datang pada saat siang maupun malam hari.

Suasana yang hening dan tenang sudah menjadi trend di Antologi yang membuat pengunjung yang datang pertama kali langsung bisa merasakan perbedaan *Cafe* Antologi dengan *cafe* lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis mengambil judul **“PENGARUH DIMENSI *STORE ATMOSPHERE* PADA KEPUASAN KONSUMEN, STUDI KASUS: *ANTOLOGI COLLABORATIVE SPACE YOGYAKARTA*”**.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang mendasari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah dimensi *store atmosphere (Eksterior)* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- b. Apakah dimensi *store atmosphere (General Interior)* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- c. Apakah dimensi *store atmosphere (Interior Display)* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- d. Apakah dimensi *store atmosphere (Store Layout)* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah dimensi *store atmosphere (Eksterior)* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- b. Untuk mengetahui apakah dimensi *store atmosphere* (*General Interior*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Untuk mengetahui apakah dimensi *store atmosphere* (*Interior Display*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- d. Untuk mengetahui apakah dimensi *store atmosphere* (*Store Layout*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar dapat dipergunakan oleh beberapa pihak, antara lain:

- a. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi dan masukan kepada pelaku bisnis sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan yang dapat berdampak bagi kepuasan konsumen itu sendiri.

- b. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi peneliti-peneliti berikutnya, atau sebagai pembanding untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

- c. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai penerapan dan pengembangan ilmu yang telah didapat selama masa perkuliahan. Selain itu, penelitian ini sebagai sarana penerapan teori-teori dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah agar penelitian ini tidak terlalu luas, maka penelitian ini difokuskan pada :

1. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi *Cafe Antologi* minimal 3x.
2. Penelitian akan dilakukan pada bulan November sampai dengan bulan Desember 2019.

3. Jumlah Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang.

4. Elemen variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah elemen *store atmosphere* :

- a. *Exterior* (Bagian Luar Toko)

Exterior adalah desain bagian paling luar. Eksterior adalah hal utama yang pertama kali dilihat oleh pengunjung. Ruang eksterior diukur dari beberapa indikator diantaranya, papan nama yang mudah dilihat, pintu masuk yang memudahkan keluar masuk nya pengunjung, lahan parkir yang luas dan aman, bentuk bangunan yang menarik.

- b. *General Interior* (Bagian Dalam Toko)

General Interior adalah tampak bagian dalam sebuah toko. *General Interior* juga disebut sebagai *display* sebuah toko yang digunakan untuk memkasimalkan visual *merchandising*. *General Interior* diukur menggunakan beberapa indikator

diantaranya dekorasi yang menarik, pencahayaan yang baik, musik yang diputarkan didalam toko, kebersihan toko dan informasi harga produk yang jelas.

c. *Interior Display* (Dekorasi Pemikat Dalam Toko)

Interior display adalah dekorasi sebuah toko yang menjadi ciri khas. *Interior display* bertujuan untuk memudahkan konsumen mendapatkan informasi. *Interior display* diukur dari beberapa indikator diantaranya adalah, menu yang tersedia jelas dan rapih, tata letak kasir yang memudahkan untuk bertransaksi, kursi meja yang nyaman untuk pengunjung, letak perabotan yang rapih .

d. *Store Layout* (Tata Letak Toko)

Store layout adalah pengelolaan dalam hal penentuan lokasi dan fasilitas restoran. Dalam hal ini, store layout diukur menggunakan beberapa indikator yaitu, tanda penunjuk arah yang jelas seperti toilet, musholah dan kasir yang mudah dilihat dan penggunaan ruangan yang efektif.

e. Kepuasan konsumen

Kepuasan knsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa sebagai respon setelah mereka memperoleh, membandingkan, dan menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa. Kepuasan konsumen diukur menggunakan beberapa indikator yaitu, kepuasan tentang tampak bagian luar toko, kepuasan

fasilitas yang disediakan toko, kepuasan tentang penampilan dan kerapihan karyawan dalam bekerja.

©UKDW

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Profil konsumen

- a. Berdasarkan jenis kelamin disimpulkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki.
- b. Berdasarkan usia disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden dengan usia 18 tahun sampai 25 tahun.
- c. Berdasarkan pendidikan disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden akademi.
- d. Berdasarkan pendapatan per bulan disimpulkan responden paling banyak pengeluarannya antara Rp500.000 – Rp1.000.000 per bulan.
- e. Berdasarkan pekerjaan disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden pelajar/mahasiswa.
- f. Berdasarkan jumlah kunjungan selama dua bulan terakhir dapat disimpulkan bahwa paling banyak responden telah melakukan kunjungan ke *Cafe Antologi* sebanyak 4-6 kali selama dua bulan terakhir.

2. Analisis pengaruh *store atmosphere* (eksterior, *general interior*, *interior display*, *store layout*) terhadap kepuasan konsumen *Café Antologi Yogyakarta*

- a. *Store Atmosphere* (Eksterior) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
- b. *Store Atmosphere (General Interior)* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
- c. *Store Atmosphere (Interior Display)* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
- d. *Store Atmosphere (Store Layout)* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Hasil penelitian ini berasal dari responden yang berjumlah 100, melalui data dari hasil responden yang sejumlah itu penulis merasa bahwa data yang dihasilkan menjadi kurang maksimal keakuratannya atau signifikansinya dibandingkan jika menggunakan data dari lebih banyak lagi responden.

2. Jumlah variable independen yang mempengaruhi variable dependen yang diteliti kurang banyak, sehingga kurang maksimal dalam menjelaskan fenomena kepuasan konsumen yang terjadi pada konsumen *Cafe Antologi*.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran terkait penelitian ini yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Antologi serta bagi peneliti selanjutnya.

Adapun saran yang diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi *Cafe Antologi*
 - a. Dalam hal variable eksterior, diperoleh nilai probabilitas *store atmosphere* (eksterior) $-0,157$. Penelitian ini menyatakan bahwa nilai eksterior tidak terlalu mempengaruhi kepuasan konsumen, pihak *Cafe Antologi* harus memperhatikan segi aspek eksterior untuk konsumen, sebab eksterior salah satu daya tarik utama tidak langsung untuk konsumen memutuskan masuk atau tidak kedalam *cafe* tersebut. Dijelaskan bahwa eksterior yang menarik merupakan salah satu daya jual yang tinggi untuk menarik konsumen datang dan mengunjungi *cafe* tersebut.
 - b. Dalam hal variabel *store atmosphere (general interior)*, diperoleh nilai probabilitas $-0,89$. Penelitian ini menyatakan bahwa nilai dari *general interior* juga tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Pihak *Cafe Antologi* juga harus memperhatikan suasana interior

dalam ruangnya karena *general interior* merupakan faktor utama konsumen merasakan adanya kenyamanan saat berada didalam *cafe*. Dalam hal ini, pihak *cafe* bisa meningkatkan kenyamanan dengan cara memberi privasi terhadap konsumen satu dengan yang lainnya dengan memberi jarak antara tempat duduk yang ada. *Cafe* juga bisa meningkatkan kenyamanan dengan cara melakukan pembaruan layanan didalam *cafe* yang semula *self-service* menjadi layanan antar.

- c. Dalam hal variabel *store atmosphere (store layout)*, diperoleh nilai probabilitas ,273. Dari nilai probabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa tata letak perabotan yang baik dapat memberi nilai lebih terhadap konsumen yang ada didalam bangunan *Cafe*. Tata letak ruangan yang efisien dan tidak terlihat penuh dan sesak membuat konsumen yang menghabiskan waktu didalam *cafe* merasa luas dan nyaman serta tidak terganggu dengan adanya aktifitas-aktifitas lain seperti kantor yang berada di lantai 2 gedung *cafe*. Diharapkan *Cafe* Antologi terus memberikan kenyamanan serta pandangan yang baik terhadap konsumen yang belum pernah datang agar lebih tertarik untuk melakukan kunjungan yang kedua dan seterusnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya dapat menambah cakupan jumlah responden.

- b. Waktu penyebaran kuesioner sebaiknya dilakukan dengan durasi yang lebih panjang mengingat tidak semua orang menghabiskan waktu di tempat kopi agar jawaban yang didapat lebih maksimal.
- c. Cara penyebaran kuesioner dapat dibantu oleh relasi-relasi dari pekerja di *Cafe Antologi* tersebut agar lebih mudah.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Berman dan Evans.(1992). *Retail Management*. 5th Edition. USA: Macmillian Publishing Company.
- Berman dan Evans. (2001). *Retail Management*. 8thEdition.Jakarta: Intermedia (terjemahan).
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Herlina, Lily Putri. (2014). *Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang)*.
- Husein, Umar. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Julita, Dwi. (2015). *Analisis pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Galael Makassar*.
- Kristina, Maria. (2014). *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian pada cafe Herlijk cafe Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya*.
- Kurniawati, Rina. (2017). *Analisis store atmosphere terhadapn kepuasan konsumen dan keputusan pembelian (Studi Kasus Kafe AITA “Coffee & Lounge” Bantul, Yogyakarta)*.
- Levy & Weitz. (2014). *Retailing Management*. 8th edition. New York: Mc.GrawHill, Irwin.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen dan Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Alih Bahasa: Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga.

- Mulya, Neti Sari. (2015). *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada Roemah Kopi Bandung*.
- Purwanto dan Sulistyastuti.(2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Rangkuti, Freddy. (1997). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang.(2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Edisi pertama. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Swastha dan Sukotjo.(2007). *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi 3. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta 18 hal.
- Tendean, Andi. (2015). *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Maja House Sugar & Cream Bandung)*.
- Triana, Nanda. (2017). *Pengaruh store atmosphere, relation marketing, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Kubik Kofiee di Kota Padang*.
- Utami, Chistina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.

©UKDW