

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA JEBER CAFE PLATINUM DI KOTA PEKANBARU

Ulfa Monica¹⁾, Zulkarnain²⁾, Henni Noviasari²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email : ulfamonica1997@gmail.com

*The Effect Of Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty At Jeber
Platinum Cafe In Pekanbaru City*

ABSTRACT

This study aims to discuss the Effect of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty at Jeber Platinum Cafe in Pekanbaru City. The population in this study included all customers who had visited Jeber Cafe Platinum whose numbers were not known with certainty. The sample used in this study is 100 customers and has a minimum 2x visit criteria. Primary data is collected by questionnaire as an instrument to prove the results of the study, to test the hypothesis in this study is to use path analysis. The results showed that product quality has a positive effect with a strong level of influence on customer satisfaction, store atmosphere has a positive effect with a strong level of influence on customer satisfaction, store atmosphere has a positive effect on the level of influence that customer satisfaction has a positive influence on a strong level of customer loyalty, product quality has a positive effect on the level of customer loyalty through customer satisfaction, store atmosphere has a positive effect on the level of customer loyalty through satisfaction customer. The better the quality of the product provided, the satisfaction will increase, the better the store atmosphere is given, the satisfaction will increase, the stronger customer satisfaction will be obtained, the customer loyalty will increase. The better the quality of the product provided, the customer satisfaction through loyalty will increase, the better the store atmosphere is given, the greater customer satisfaction through loyalty.

Keywords: Product quality, store atmosphere, customer satisfaction, customer loyalty

PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini perkembangan dunia usaha penyajian makanan dan minuman (*food service*) membawa para pelaku dunia usaha tersebut ke persaingan yang sangat ketat untuk mendapatkan konsumen. Persaingan itu membuat

para pelaku dunia usaha tersebut berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen dapat memperoleh kepuasan yang diinginkan. Salah satu usaha penyajian makanan dan minuman saat ini yang banyak bermunculan adalah cafe, mulai dari skala kecil yang hanya beroperasi

pada malam hari saja di pinggir jalan atau taman kota dengan bangunan yang tidak permanen, sampai skala besar yaitu cafe yang beroperasi dari pagi hingga malam dengan tempat yang permanen dan lebih baik. Semakin berkembangnya usaha cafe ini sering dikaitkan dengan gaya hidup masyarakat akan sesuatu yang praktis dalam memenuhi kebutuhannya dalam mencari makanan dan minuman. Selain itu juga berkembangnya usaha cafe ini sering dikaitkan dengan gaya hidup masyarakat yang membutuhkan tempat yang nyaman dan suasana yang menarik untuk bersosialisasi dengan teman-teman (*hangout*), nongkrong, bahkan untuk mengerjakan tugasnya.

Di kota Pekanbaru sendiri semakin marak dengan banyaknya cafe baru yang berdiri dan tersebar di wilayah kota Pekanbaru. Sikap konsumen dan minat beli di sebuah cafe dipengaruhi beberapa hal, seperti kualitas produk yang terjamin, kualitas pelayanan yang baik, dan *Store Atmosphere* yang unik dan menarik. Kualitas dari produk yang dijual harus dijaga untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Hal tersebut mutlak dilakukan oleh pemilik usaha yang sedang dikelola. Jika sebuah usaha akan bertahan hidup, maka haruslah memikirkan cara efektif agar dapat bersaing. Salah satu cara adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan maupun produknya.

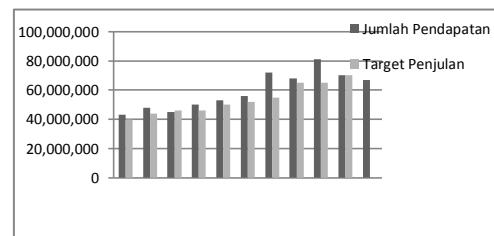
Kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas (Lupioadi, 2001). Selain itu menurut Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu

produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen.

Salah satu cafe yang sedang berkembang di Pekanbaru adalah Jeber Cafe Platinum. Jeber Cafe Platinum sudah berdiri sejak 11 november 2016. Hal utama yang membedakan Jeber Cafe Platinum dengan cafe-cafe lainnya adalah penamaan pada produk-produknya yang unik serta menu-menu yang ditawarkan berbeda dan mempunyai ciri khas tersendiri. Sehingga membuat pelanggan penasaran akan produknya.

Setelah berjalan selama lebih kurang dua tahun, berikut merupakan fluktuasi jumlah pendapatan Jeber Cafe Platinum pada periode November 2017 sampai September 2018 dapat dilihat di Gambar 1

Gambar 1
Data pendapatan bulan
November 2017-September 2018

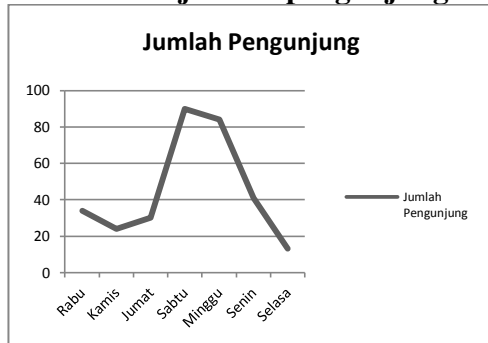


Sumber : Jeber Cafe Platinum

Dari gambar 1 diatas dapat dilihat pendapatan Jeber Cafe Platinum selama tahun 2017-2018 bervariasi, pendapatan paling rendah didapatkan oleh Jeber Cafe Platinum ada pada bulan November 2017 sedangkan paling tinggi terdapat pada bulan Juli 2018. Selain jumlah pendapatan yang mengalami fluktuasi setiap bulannya, jumlah pengunjung pun mengalami kenaikan dan penurunan setiap harinya.

Jumlah pengunjung dapat dilihat dari gambar 2.

Gambar 2
Data jumlah pengunjung



Sumber : Data Olahan 2018

Dari gambar 2 dapat dilihat jumlah pengunjung Jeber Cafe Platinum pada Oktober 2018 dari tanggal 24 sampai dengan 30 mengalami fluktuasi setiap harinya. Hari minggu dan sabtu merupakan hari dimana Jeber Cafe Platinum mendapatkan pengunjung terbanyak. Dan terlihat juga di tabel hari selasa merupakan hari dimana pengunjung Jeber Cafe Platinum sedikit.

Jeber Cafe Platinum memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan beberapa cafe lainnya. Keunggulannya yaitu kualitas produk yang ditawarkan dan *store atmosphere* yang membuat para pelanggan merasa nyaman seperti jaringan wifi yang bagus, area *smoking* dan *no smoking*, stok kontak di setiap sudut, dan *live music* yang menjadi daya tarik bagi pelanggannya. Selain itu Jeber Cafe tempatnya mudah dijangkau dan mempunyai harga yang terjangkau untuk semua kalangan pelanggan. *Store atmosphere* juga menjadi peran penting dalam sebuah cafe, *Store atmosphere* Menurut Berman & Evans, (2007) dapat dibagi menjadi empat besar dimensi bagian , yaitu:

(1) *general exterior*, (2) *general interior*, (3) *store layout*, (4) *interior (point of purchase) display*. Selain itu Atmosfer adalah suasana yang direncanakan untuk memenuhi kebutuhan pasar sasaran dan sekaligus menciptakan daya tarik menarik konsumen untuk membeli. *Store atmosphere* mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Keadaan emos i onal akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan (Meldarianda dan Lisan, 2010). Terdapat sejumlah faktor dari atmosfer toko yang mempengaruhi emosi, perilaku atau keputusan pembelian.

Berikut merupakan hasil kuesioner awal dari tanggapan 30 orang responden mengenai variabel penelitian yang dilakukan pada Jeber Cafe Platinum. Tabel 1 Tanggapan responden tentang variabel penelitian yang dilakukan di Jeber Cafe Platinum.

Tabel 1
Hasil Pra Survei

Variabel	Pernyataan	Jawaban		Total
		Setuju	Tidak Setuju	
Kualitas Produk	Rasa dan penampilan makanan dan minuman yang diberikan Jeber Cafe Platinum sesuai	23 (76,6%)	7 (23,4%)	30 (100%)
Store Atmospher	Saya merasa nyaman dengan suasana saat berada di Jeber Cafe Platinum	28 (93,3%)	2 (6,7%)	30 (100%)
Kepuasan Pelanggan	Saya merasa puas dengan makanan dan minuman di Jeber Cafe Platinum	25 (83,3%)	5 (16,7%)	30 (100%)
Loyalitas Pelanggan	Saya akan kembali mengunjungi Jeber Cafe Platinum dalam waktu dekat	19 (63,3%)	11 (36,7%)	30 (100%)

Sumber : data olahan pra survei

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju terhadap pernyataan-pernyataan positif

mengenai kualitas produk, *store atmosphere*, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan di Jeber Cafe Platinum. Hal ini menggambarkan bahwa adanya hubungan atau pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Atas dasar latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian agar dapat mengetahui pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. maka dari itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Jeber Cafe Platinum Di Kota Pekanbaru**”.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen Jeber Cafe Platinum Pekanbaru? 2) Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen Jeber Cafe Platinum Pekanbaru? 3) Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen Jeber Cafe Platinum Pekanbaru? 4) Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada konsumen Jeber Cafe Platinum? 5) Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada konsumen Jeber Cafe Platinum

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen Jeber Cafe Platinum Pekanbaru. 2) Untuk

mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen Jeber Cafe Platinum Pekanbaru. 3) Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen Jeber Cafe Platinum Pekanbaru. 4) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada konsumen Jeber Cafe Platinum, dan 5) Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada konsumen Jeber Cafe Platinum

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) definisi kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau di implikasikan . Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001) menyatakan kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Store Atmosphere

Menurut Mowen dan Minor (2002) *Store atmosphere* merupakan unsur senjata lain yang dimiliki toko. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan. Toko harus membentuk

suasana terencana yang sesuai dengan pasar sarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Penampilan toko memposisikan toko dalam benak konsumen. Menurut Ma'ruf (2006) *store atmosphere* adalah salah satu marketing mix dalam gerai yang berperan penting dalam memikat pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang ingin dimiliki untuk keperluan pribadi maupun untuk keperluan rumah tangga.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009) *"Satisfaction reflects a person's judgements of a product's perceived performance (or outcome) in relationship to expectation"*. Sehingga kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan pelanggan yang puas atau kecewa atas hasil dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi pelanggan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat puas dan lebih merasa senang.

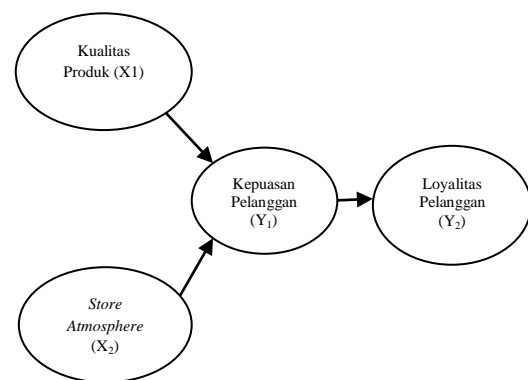
Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012) menyatakan bahwa selama ini loyalitas pelanggan kerap kali dikaitkan dengan perilaku pembelian ulang. Keduanya memang berhubungan, namun sesungguhnya berbeda. Dalam konteks merek, misalnya loyalitas mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek

tertentu, sedangkan perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang karena satu-satunya merek yang tersedia, merek yang termurah dan sebagainya).

Kerangka Berfikir

Gambar 2
Kerangka Penelitian



Hipotesis

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jeber Cafe Platinum
2. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jeber Cafe Platinum
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jeber Cafe Platinum
4. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Jeber Cafe Platinum
5. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Jeber Cafe Platinum

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jeber Cafe Platinum Jl. Arifin Ahmad No. 3B-3C, Pekanbaru

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung di Jeber Cafe Platinum yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

Sampel dalam penelitian berjumlah 100 responden.

Pengujian Analisis Data

- a) Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur (kuesioner) dapat mengukur informasi yang diperlukan. Jika p value lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, berarti pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut mempunyai validitas atau kesahihan, yaitu bahwa pernyataan dalam kuesioner itu dapat melakukan fungsi ukurannya. (Kasmadi, 2013)
- b) Uji reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian yang dilakukan ini dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach's Alpha (α).

Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha (α) > 0,6 (Kasmadi, 2013)

Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model analisis jalur variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik nonparametrik *Kolmogorof-Smirnov (K-S)* dan grafik *P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Kasmadi (2013) mengemukakan ketentuan pada uji normalitas residual dengan menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov*, sebagai berikut :

- Jika nilai signifikan < 0,05 ; maka data tidak terdistribusi normal
- Jika nilai signifikan > 0,05 ; maka data terdistribusi normal

Uji Heterokedatisitas

Menurut Wijaya (2009), heterokedatisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedatisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedatisitas dalam model, atau dengan kata lain tidak terjadi heterokedatisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedatisitas yaitu dengan melihat *scatterplot*.

Uji Multikorelasi

Uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikolinearitas) atau tidak.

Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji multikorelasi perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Path Analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan di antara variabel. Model ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). (Riduwan dan Kuncoro, 2008).

Uji F

Pengujian ini untuk melihat apakah semua variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian melalui uji F dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada $\alpha = 0.05$ apabila hasil perhitungannya menunjukkan:

a) $F_{hitung} > F_{tabel}$

Artinya model regresi berhasil menerangkan pengaruh variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikatnya.

b) $F_{hitung} < F_{tabel}$

Artinya model regresi tidak berhasil menerangkan pengaruh variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikatnya.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah secara parsial, variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel terikat, pengujian dilakukan melalui uji t dengan membandingkan t hitung dengan t tabel pada $\alpha = 0.05$ (Rusiadi, 2013).

a) $t_{hitung} > t_{tabel}$

Artinya variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat dan terdapat pengaruh di antara kedua variabel yang diuji.

b) $t_{hitung} < t_{tabel}$

Artinya variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak terdapat pengaruh di antara kedua variabel yang diuji.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik variabel independent dalam menjelaskan variabel dependennya, yang berarti persamaan regresi baik digunakan untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Koefisien determinasi (R^2) mempunyai range antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar nilai (R^2) mendekati 1 maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (R^2) mendekati 0 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Dari nilai r hitung seluruh item pernyataan variabel $> 0,197$. Artinya adalah bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dari pengujian reliabilitas dapat diketahuin nilai reliabilitas seluruh variabel $\geq 0,6$, Artinya adalah bahwa alat ukur yang

digunakan dalam penelitian ini reliable atau dapat dipercaya.

Uji Normalitas Data

Untuk mendeteksi normalitas data, dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*, yaitu dengan membandingkan antara tingkat signifikansi yang di dapat dalam tingkat *alpha* yang digunakan, dimana data tersebut di katakan berdistribusi normal bila $sig > alpha$ (5%).

Nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov* pada tahap 1 sebesar 0,103 dan tahap 2 sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi pada kedua tahap regresi lebih besar dari 0,05, maka dapat diartikan bahwa mode regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) seluruh variabel < 10 dan *tolerance* $> 0,10$. Maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model jalur.

Uji Heterokedastisitas

Hasil pengujian diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat diartikan bahwa mode regresi bebas dari gejala heterokedastisitas.

Analisis jalur

Pengujian Hipotesis

Tabel 3
Hasil Uji Parsial (Uji t) Tahap 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.357	1.357		-1.000	.320
Kualitas Produk	.420	.058	.569	7.237	.000
Store Atmosphere	.250	.064	.305	3.881	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Dengan demikian maka diperoleh keputusan sebagai berikut:

- Kualitas produk. Diperoleh nilai t hitung (7,237) $>$ t tabel (1,985) atau Sig. (0,000) $<$ alpha (0,05). Dengan demikian maka hipotesis yang diajukan diterima, artinya bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Store atmosphere*. Diperoleh nilai t hitung (3,881) $>$ t tabel (1,985) atau Sig. (0,000) $<$ alpha (0,05). Dengan demikian maka hipotesis yang diajukan diterima, artinya bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4
Hasil Uji Parsial (Uji t) Tahap 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.862	.922		8.525	.000
Kepuasan Pelanggan	.807	.060	.805	13.440	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Dengan demikian maka diketahui t hitung (13,440) $>$ t tabel (1,984) atau Sig. (0,000) $<$ alpha (0,05). Dengan demikian maka hipotesis yang diajukan diterima, artinya bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru.

Dari kedua tahap regresi diatas, maka dapat diketahui pengaruh langsung dan tidak langsung masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 5
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

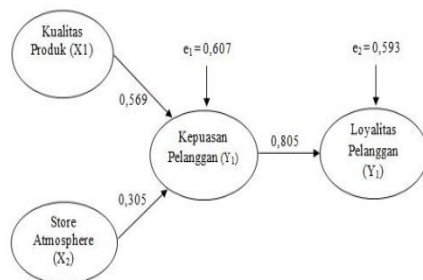
No	Pengaruh	Langsung	Tidak Langsung	Total	Kategori
1	Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan	0,569	-	0,569	Kuat
2	Store Atmosphere → Kepuasan Pelanggan	0,305	-	0,305	Kuat

No	Pengaruh	Langsung	Tidak Langsung	Total	Kategori
3	Kualitas Produk → Loyalitas Pelanggan	-	$0,569 \times 0,805 = 0,458$	0,458	Kuat
4	Store Atmosphere → Loyalitas Pelanggan	-	$0,305 \times 0,805 = 0,246$	0,246	Kuat
5	Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0,805	-	0,805	Kuat

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Dari hasil perhitungan diatas diatas, maka dapat dibuat gambar analisis tahap sebagai berikut:

Gambar 3
Diagram Tahap Model Penelitian



Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Uji Koefisien Determinasi Model

Koefisien determinasi model hipotesis diukur melalui hubungan koefisien determinasi (R^2) di kedua persamaan. Hasil determinasi model dapat dilihat sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 R^2 \text{ Model} &= 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2) \\
 &= 1 - (1 - 0,631) (1 - 0,648) \\
 &= 1 - (0,369) (0,790) \\
 &= 1 - 0,708 \text{ atau } 70,8\%
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan determinasi model sebesar 70,8%. Artinya adalah bahwa persentase pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru adalah sebesar 70,8%. Sisanya sebesar 29,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh Jeber Cafe Platinum Kota Pekanbaru sudah dinilai baik oleh pelanggan. Hal ini terlihat dari respon yang positif pelanggan terhadap rasa makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan selera mereka tampilan makanan dan minuman yang dihidangkan menarik, rasa makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan tampilan visual, varian menu makanan dan minuman menarik untuk dicoba, makanan dan minuman memiliki ciri khas serta juga higienis.

Kemudian dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru. Semakin baik kualitas produk Jeber Cafe yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun sebaliknya, jika pelanggan menilai kualitas produk yang ditawarkan kurang baik maka kepuasan pelanggan akan berkurang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2014) yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang. Hasil Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Malang juga mendapatkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor pendorong kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang memiliki kualitas baik. Jeber Cafe harus dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produknya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat inovasi menu-menu makanan dan minuman baru untuk menghindari konsumen jenuh dengan menu yang ada, penyajian yang menarik dan dapat memuaskan kebutuhan konsumen agar konsumen kembali berkunjung ke Jeber Cafe untuk membeli produk makanan atau minuman yang disajikan. Dengan menciptakan kualitas produk yang bermutu, maka keberlangsungan usaha terjamin. Kualitas produk yang bermutu dapat membantu Jeber Cafe menarik konsumen baru dan menciptakan kepuasan konsumen.

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa *store atmosphere* pada Jeber Cafe Platinum Kota Pekanbaru sudah dinilai baik oleh pelanggan. Hal ini terlihat dari respon yang positif pelanggan terhadap kenyamanan yang dirasakan pelanggan yang berkunjung, design interior yang unik dan menarik, *lighting*

(pencahayaan) ruangan mampu meningkatkan daya tarik cafe, fasilitas yang disediakan membuat pelanggan merasa betah berlama-lama berada di cafe, papan nama menarik dan terlihat jelas serta kebersihan cafe yang terjaga.

Kemudian dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru. Semakin baik *store atmosphere* Jeber Cafe yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun sebaliknya, jika pelanggan menilai *store atmosphere* kurang baik maka kepuasan pelanggan akan berkurang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dessyana (2013) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Texas Chicken Mutimart II Manado.

Store atmosphere menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam menciptakan kepuasan konsumen pada bidang layanan jasa. Disaat konsumen merasa nyaman dengan suasana cafe, maka konsumen akan merasa senang dan merasa puas. Dari kepuasan tersebut akan menarik minat konsumen untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen sudah membeli dan harapannya terpenuhi maka akan tercipta kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kondisi *store atmosphere* di Jeber

Cafe adalah dimana pemilihan warna pada dinding membuat desain cafe menarik, musik yang disajikan dapat menciptakan perasaan senang, aroma dari pengharum ruangan menciptakan kenyamanan, jarak antar meja memudahkan konsumen berlalu lalang, toilet cafe yang terlihat bersih, gambar dan poster pada dinding menciptakan karakteristik dan sesuai dengan tema, serta penataan menu yang dipajang sesuai dengan konsep cafe.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa kepuasan pelanggan terhadap Jeber Cafe Platinum Kota Pekanbaru sudah baik. Hal ini terlihat dari respon yang positif pelanggan terhadap kesukaan mereka akan produk dan suasana yang ditawarkan Jeber Cafe serta makanan dan minuman serta suasana yang disajikan Jeber Cafe sesuai dengan harapan pelanggan. Namun responden memberikan persepsi kurang bahwa mereka tidak akan berpaling dari Jeber Cafe ke cafe lainnya. Ini dikarenakan pelanggan selalu mencari referensi-referensi tempat lain yang dapat melebihi ekspektasi mereka selain dari Jeber Cafe.

Kemudian dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap Jeber Cafe, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan itu sendiri. Namun sebaliknya, jika pelanggan

kurang puas terhadap Jeber Cafe maka loyalitas pelanggan akan berkurang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2014) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang. Hasil Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Malang juga mendapatkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan fokus perhatian oleh hampir semua pebisnis, hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman pelanggan atas konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena pelanggan akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon pelanggan lain, selain itu dengan adanya kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada suatu usaha. Kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan menjadi sangat penting untuk meningkatkan keuntungan, sehingga Jeber Cafe selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggannya.

Dalam jangka panjang, kepuasan akan berdampak pada terbentuknya loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas terhadap produk maupun jasa yang diberikan oleh suatu usaha maka pelanggan akan cenderung untuk kembali melakukan pembelian ulang terhadap produk maupun

mengunjungi jasa tersebut dimana hal ini merupakan salah satu indikator dari timbulnya loyalitas pelanggan. Adanya kepuasan tersebut, maka konsumen akan membeli ulang produk tersebut secara konsisten sepanjang waktu, sehingga terciptalah loyalitas konsumen terhadap produk atau merek tersebut. Salah satu upaya yang dilakukan Jeber Cafe dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya adalah dengan selalu *update* terhadap perkembangan terkini berkaitan dengan menu-menu baru serta memahami akan kebutuhan pelanggan. Keberadaan wifi dan *stop* kontak merupakan salah satu upaya Jeber Cafe untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Disamping itu juga Jeber Cafe menerima masukan dan saran dari pelanggannya untuk perbaikan pelayanan dimasa yang akan datang.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru. Semakin baik kualitas produk Jeber Cafe yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun sebaliknya, jika pelanggan menilai kualitas produk yang ditawarkan kurang baik maka kepuasan pelanggan akan berkurang dan pada akhirnya pelanggan akan berpaling ke tempat yang lain.

Kualitas produk menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk akan terpenuhi. Jika kualitas produk yang di dapat lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang di presepsikan akan memuaskan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Karenanya kepuasan pelanggan harus tercapai agar kesetiaan atau loyalitas pelanggan dapat dijaga. Terjadinya loyalitas merk pada pelanggan disebabkan adanya pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap merk tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus di samping adanya persepsi tentang kualitas.

Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota

Pekanbaru. Semakin baik *store atmosphere* Jeber Cafe yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun sebaliknya, jika pelanggan menilai *store atmosphere* yang ditawarkan kurang baik maka kepuasan pelanggan akan berkurang dan pada akhirnya pelanggan akan berpaling ke tempat yang lain.

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 pelanggan untuk melakukan pembelian. Cakupan suasana toko dapat dikelompokkan menjadi empat bagian yaitu: *exterior* (bagian luar toko), *interior* (bagian dalam toko), *interior point of interest display*, dan *store layout*. Keempat elemen ini menjadi sebuah rangkaian strategi yang melibatkan berbagai atribut untuk menarik dan mempengaruhi emosi pelanggan yang semakin meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengukuran kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dipengaruhi secara langsung oleh perasaan efektif positif atau negatif konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan pada BAB sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Jeber

Cafe Platinum di Kota Pekanbaru. Semakin baik kualitas produk Jeber Cafe yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun sebaliknya, jika pelanggan menilai kualitas produk yang ditawarkan kurang baik maka kepuasan pelanggan akan berkurang.

2. *Store atmosphere* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru. Semakin baik *store atmosphere* Jeber Cafe yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun sebaliknya, jika pelanggan menilai *store atmosphere* kurang baik maka kepuasan pelanggan akan berkurang.

3. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap Jeber Cafe, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan itu sendiri. Namun sebaliknya, jika pelanggan kurang puas terhadap Jeber Cafe maka loyalitas pelanggan akan berkurang.

4. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru. Semakin baik kualitas produk Jeber Cafe yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun sebaliknya,

jika pelanggan menilai kualitas produk yang ditawarkan kurang baik maka kepuasan pelanggan akan berkurang dan pada akhirnya pelanggan akan berpaling ke tempat yang lain.

5. *Store atmosphere* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru. Semakin baik *store atmosphere* Jeber Cafe yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun sebaliknya, jika pelanggan menilai *store atmosphere* yang ditawarkan kurang baik maka kepuasan pelanggan akan berkurang dan pada akhirnya pelanggan akan berpaling ke tempat yang lain.

Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Jeber Cafe perlu membuat inovasi menu-menu makanan dan minuman baru untuk menghindari konsumen jenuh dengan menu yang ada. Disamping itu juga harus adanya menu khas dan unik yang dimiliki oleh cafe, sehingga membuat orang dengan mudah mengingat Jeber Cafe. Hal itu berpeluang membuat Jeber Cafe akan dibicarakan dari mulut ke mulut oleh pelanggan karena kekhasan dan keunikan menu yang dimiliki. Salah satu contoh menu yang khas dan unik seperti Jeber Godok Ubi, Jeber Lovek Pisang dan sebagainya.

2. Sangat diperlukannya Jeber Cafe untuk senantiasa menjaga kebersihan cafe, terutama toilet. Dinilai perlu adanya petugas khusus yang secara berkala membersihkan toilet seperti memeriksa ketersediaan air, mengutip tissue-tissue yang berserakan serta memeriksa apakah ada pelanggan yang tidak menyiram toilet setelah digunakan agar kepuasan konsumen tetap terjaga.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan metode wawancara serta angket terbuka dalam penelitian, agar data yang diperoleh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Disamping itu juga perlu menambahkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan Jeber Cafe Platinum di Kota Pekanbaru berdasarkan karakteristik serta alat analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Berman, B., Evans, J. R. 2007. *Retail Management : A strategic Approach* (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kasmadi. 2013. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principle of Marketing*. 15 th edition. New Jersey

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta
- Kuncoro, E.A dan Riduwan, 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. CV Alfabeta. Bandung
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Meldarianda dan Lisan. 2016. *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Jurnal Penelitian
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid kedua. Erlangga. Jakarta
- Rusiadi. 2013. *Metode Penelitian, Manajemen Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, Lisrel*. USU Press. Medan.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Andi. Yogyakarta
- Wijaya, Tony. 2009. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.