

PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA CAFE REFRESHO DI KOTA PALU

**FIRDHA NUR ATIFA
WAHYUNINGSIH
PONIRIN**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tadulako
Email: firaatifa@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of store atmosphere on consumer satisfaction at Cafe Refresho in Palu City. The independent variables used in this study are Exterior (X1), General Interior (X2), Store Layout (X3) and Interior Display (X4), while the dependent variable is consumer satisfaction (Y). This type of research is quantitative. The method of this research is descriptive causal. Samples used in this study are 100 respondents and using purposive sampling technique. Data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis method. The results of this study indicate that simultaneously Store Atmosphere elements consisting of Exterior, General Interior, Store Layout, and Interior Display have a significant effect on consumer satisfaction at Cafe Refresho in Palu City. Partially Store Atmosphere elements consisting of General Interior, Store Layout, and Interior Display have a significant effect on consumer satisfaction at Cafe Refresho in Palu City. While the Exterior element partially have no significant effect on consumer satisfaction at Cafe Refresho in Palu City.

Keywords: Elements Store Atmosphere and Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Exterior (X1), General Interior (X2), Store Layout (X3) dan Interior Display (X4), Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian ini adalah deskriptif kausal. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden dengan bentuk pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara serempak elemen Store Atmosphere yang terdiri dari Exterior, General Interior, Store Layout, dan Interior Display berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Secara parsial elemen Store Atmosphere yang terdiri dari General Interior, Store Layout, dan Interior Display berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Sedangkan elemen Exterior secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.

Kata kunci: Elemen Store Atmosphere dan Kepuasan Konsumen.

1.PENDAHULUAN

Gaya hidup masyarakat masa kini lebih cenderung menyukai makanan jadi untuk mempersingkat waktu dan praktis. Hal ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan pangan manusia akan berdampak pada semakin besarnya peluang pengembangan bisnis industri food service di Indonesia. Itulah lah yang menyebabkan maraknya pengusaha membuka dan menginvestasikan usaha di bidang jasa penyedia makanan dan minuman atau biasa disebut cafe and resto termasuk di Kota Palu.

Salah satu cafe yang hadir dari sekian banyak cafe di Kota Palu yaitu Cafe Refresho. Konsep yang digunakan dalam cafe ini adalah konsep art & vintage. Cafe ini juga berada di lokasi yang mudah dijangkau sehingga cafe ini dapat dikatakan memiliki peminat yang cukup banyak. Namun dalam beberapa bulan terakhir pengunjung mengalami fluktuasi jumlah konsumen, oleh karena itu, upaya

untuk meningkatkan jumlah konsumen dan kepuasan konsumen Cafe Refresho perlu dilakukan dalam persaingan bisnis.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda. Store atmosphere bisa menjadi alternatif untuk membedakan cafe yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis. Store atmosphere bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli (Aji, 2016)

Berdasarkan fenomena turunnya jumlah pengunjung di Cafe Refresho maka perlu adanya penelitian yang bertujuan untuk mengetahui mengapa jumlah pengunjung tersebut menurun dengan meneliti pengaruh store atmosphere yang terdiri dari Exterior, General Interior, Store Layout, dan Interior Display terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh store atmosphere yang terdiri dari Exterior, General Interior, Store Layout, dan Interior Display secara simultan terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Exterior secara parsial terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh General Interior secara parsial terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Store Layout secara parsial terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Interior Display secara parsial terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.

2.KAJIAN LITERATURE

Pengertian Store Atmosphere

Suasana toko (store atmosphere) adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk memengaruhi pelanggan dalam membeli barang (Utami, 2010).

Elemen-Elemen Store Atmosphere

Elemen-elemen dari store atmosphere menurut Berman dan Evan (2010:509) terdiri dari bagian luar (exterior), bagian dalam (general interior), tata letak toko (store layout) dan dekorasi atau pajangan (interior displays). Yang akan dijelaskan sebagai berikut:

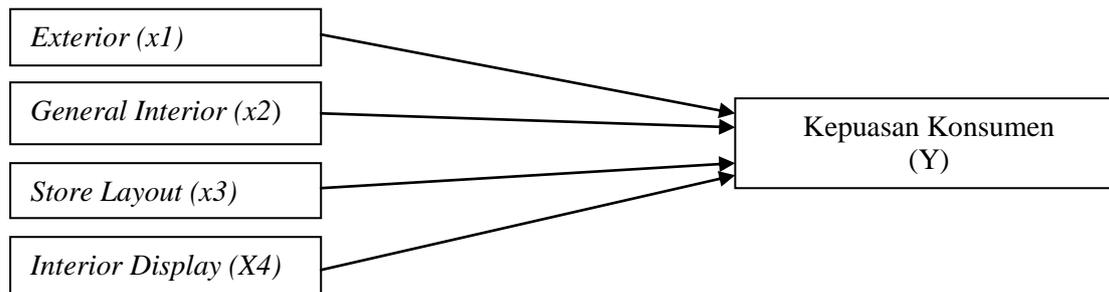
- a. Bagian Luar (Exterior). Bagian luar restoran adalah bagian yang termuka. Maka bagian ini hendaknya memberikan kesan yang menarik. Dengan mencerminkan kemantapan dan kekokohan, maka bagian depan dan bagian luar ini dapat menciptakan kepercayaan. Disamping itu, hendaklah menunjukkan spirit perusahaan dan sifat kegiatan yang ada di dalamnya.
- b. Bagian Dalam (General Interior). General interior adalah bagian dalam toko. General Interior meliputi merencanakan, menata dan merancang ruang-ruang dalam bangunan.
- c. Tata Letak Toko (Store Layout). Store layout adalah tata letak toko. Perencanaan store layout meliputi penataan penempatan ruang untuk mengisi luas lantai yang tersedia, menentukan lokasi tertentu dan pengaturan dari jalan atau gang di dalam toko yang cukup lebar dan memudahkan orang untuk berlalu lalang, serta penempatan fasilitas toko seperti tata letak kursi/meja (Wanti, 2015).
- d. Dekorasi atau Pajangan (Interior Displays). Dekorasi, pajangan, atau tanda yang menentukan bagi suasana cafe karena memberikan informasi kepada konsumen. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan dan laba bagi restoran. Yang termasuk interior display ialah: poster, tanda

petunjuk lokasi, display barang-barang atau dekorasi pada hari-hari khusus seperti lebaran dan tahun baru (Wanti, 2015).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal penting bagi suatu perusahaan. Sering terlihat slogan-slogan "Pelanggan adalah raja". Menurut Kotler dan Keller (2013:150) "kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau asli) terhadap ekspektasi mereka". Sedangkan menurut Hasan (2009:57) "Penggunaan barang atau jasa yang telah dikonsumsi, akan menimbulkan perasaan senang, puas, atau kecewa. Hal tersebut akan menjadi hasil yang menentukan kepuasan atau ketidakpuasan dari suatu produk".

Kerangka Pemikiran



Gambar.1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Dugaan sementara dalam penelitian ini yang diajukan oleh peneliti adalah:

- Variabel-variabel store atmosphere yang terdiri dari exterior, general interior, store layout dan interior display secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.
- Exterior secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.
- General interior secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.
- Store layout secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.
- Interior display secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli pada Cafe Refresho di Kota Palu.

3.METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal, menurut Sugiyono (2009:21) penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan, menjelaskan variabel-variabel penelitian atau menganalisis suatu hasil penelitian". Menurut Ferdinand (2014:7) penelitian kausal yaitu mencari penjelasan dan menganalisis hubungan sebab-akibat (cause-effect) antar beberapa variabel. Adapun menurut Sugiono (2009:13) objek penelitian (variabel penelitian) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pemahaman tersebut, dalam konteks penelitian ini yang dimaksud objek penelitian adalah "Pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen".Subjek penelitian ini adalah pengunjung Cafe Refresho. Penelitian ini dilakukan di Cafe Refresho yang berlokasi di Jalan Raden Saleh No 13. Peneliti membutuhkan waktu selama 1 bulan untuk melakukan penelitian.

Berikut pendapat Ferdinand (2014:171) populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti. Populasi pada penelitian ini adalah semua masyarakat yang pernah bertransaksi di Cafe Refresho minimal sekali dalam 4 bulan terakhir dan berdomisili di Kota Palu. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dan menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel berdasarkan dengan kriteria yang telah ditentukan.

Jumlah sampel yang akan diambil untuk mewakili populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Penentuan sampel sebanyak 100 responden, ini didasarkan pada teori Gay dan Diehl (1992) yaitu ukuran sampel yang dapat diterima berdasarkan desain penelitian kausal minimal sebanyak 30 sampel. Pertimbangan memilih 100 responden, karena keterbatasan kemampuan peneliti untuk mengambil sampel yang lebih besar di mana semakin besar sampel yang digunakan semakin besar pula biaya, waktu, tenaga yang dikeluarkan. Adapun sampel dalam penelitian ini:

1. Berusia minimal 17 tahun, hal ini didasarkan pada umur kedewasaan sehingga diharapkan dapat memberikan jawaban yang dapat dipeertanggung jawabkan dan mengerti dengan isi pertanyaan.
2. Pernah mengunjungi Cafe Refresho minimal sekali dalam kurun waktu 4 bulan terakhir di tahun 2017.
3. Berdomisili di Kota Palu.

Selanjutnya analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif menggunakan regresi linier berganda. Analisis kualitatif merupakan analisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, membandingkan, menganalisis data berupa tabel-tabel dan grafik, profil responden yang dianalisis dengan cara mentabulasikan data yang diperoleh dengan prosentase serta menjelaskan mengenai *Store Atmosphere* yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan bantuan komputer program SPSS *Release 22.0*. Bentuk formulasi alat analisis statistik Regresi Linear Berganda secara matematis dapat dijabarkan sebagai berikut (Yamin & Kurniawan, 2014, p. 82):

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + e \tag{1}$$

Dimana:

- Y = Variabel dependen
- b₀ = koefisien regresi/ konstanta
- b₁-b_n = koefisien regresi
- X₁-X_n = variabel independen
- e = error/residu

Bila informasi matematis Regresi Linear Berganda tersebut diaplikasikan dalam penelitian ini, maka akan diperoleh bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e \tag{2}$$

Keterangan:

- A = Konstanta
- Y = Kepuasan Konsumen
- b₁,b₂,b₃,b₄ = Koefisien Regresi masing-masing Variabel
- X₁ = *Exterior*
- X₂ = *General Interior*
- X₃ = *Store Layout*
- X₄ = *Interior Display*
- E = Error/residu

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas atas item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner penelitian terhadap variabel *Exterior*(X1), *General Interior*(X2), *Store Layout*(X3), *Interior Display*(X4) dan Kepuasan Konsumen (Y). Adapun hasilnya disajikan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel. 1 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Variabel	Item	Total Correlation	Ket	Cronbach Alpha	Ket
<i>Exterior</i> (X1)	X1.1	0,666	Valid	0,726	Reliabel
	X1.2	0,468	Valid		
	X1.3	0,528	Valid		
	X1.4	0,426	Valid		
	X1.5	0,317	Valid		
	X1.6	0,368	Valid		
<i>General Interior</i> (X2)	X2.1	0,529	Valid	0,876	Reliabel
	X2.2	0,690	Valid		
	X2.3	0,577	Valid		
	X2.4	0,379	Valid		
	X2.5	0,607	Valid		
	X2.6	0,806	Valid		
	X2.7	0,623	Valid		
	X2.8	0,642	Valid		
	X2.9	0,527	Valid		
	X2.10	0,706	Valid		
<i>Store Layout</i> (X3)	X3.1	0,443	Valid	0,695	Reliabel
	X3.2	0,605	Valid		
	X3.3	0,327	Valid		
	X3.4	0,511	Valid		
	X3.5	0,487	Valid		
<i>Store Layout</i> (X4)	X4.1	0,716	Valid	0,852	Reliabel
	X4.2	0,827	Valid		
	X4.3	0,548	Valid		
	X4.4	0,620	Valid		
	X4.5	0,662	Valid		
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1	0,867	Valid	0,941	Reliabel
	Y1.2	0,835	Valid		
	Y1.3	0,946	Valid		
	Y1.4	0,862	Valid		

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas diperoleh bahwa seluruh variabel memiliki koefisien Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,60 sehingga berdasarkan syarat minimum reliabilitas lebih besar dari 0,60 maka seluruh variabel yang digunakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian. Sedangkan uji validitas terhadap seluruh variabel juga menunjukkan nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,30 sehingga item pernyataan yang ada valid untuk digunakan.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk menguji pengaruh *Store Atmosphere* terhadap kepuasan konsumen. Untuk lebih jelasnya hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dependen Variabel Y = Keputusan Pembelian						
Variabel Independen		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.436	.371		-3.868	.000
	X1 (Exterior)	.054	.098	.038	.551	.583
	X2 (General Interior)	.448	.118	.300	3.795	.000
	X3 (Store Layout)	.475	.107	.329	4.431	.000
	X4 (Interior Display)	.405	.096	.327	4.211	.000
Multiple R		= 0.696	Sig. F = 0.000			
Adjusted R Square		= 0,684	α = 0,05 tingkat kepercayaan 95%			

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat di tulis dalam bentuk persamaan regresi linear berganda berikut:

$$Y = -1.436 + 0.054 X_1 + 0.448 X_2 + 0.475 X_3 + 0.405 X_4 + e \quad (3)$$

Penjabaran di atas menunjukkan bahwa, variabel independen yang dianalisis yaitu variabel (X_1 , X_2 , X_3 dan X_4) memberikan pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y), yaitu kepuasan konsumen Cafe Refresho di Kota Palu. Untuk lebih jelasnya penjelasan bentuk persamaan tersebut dapat dilihat berikut ini:

1. Nilai Konstanta sebesar -1.436, artinya jika variabel (*exterior, general interior, store layout, interior display*) bernilai 0, maka variabel dependen (kepuasan konsumen di Cafe Refresho di Kota Palu) nilainya sebesar -1.436.
2. Koefisien regresi dimensi *Exterior* (X_1) sebesar 0.054, artinya jika *Exterior* naik satu satuan, maka kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu naik sebesar 0.054.
3. Koefisien regresi dimensi *General Interior* (X_2) 0.448, artinya jika *General Interior* naik satu satuan, maka kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu naik sebesar 0.448.
4. Koefisien regresi dimensi *Store Layout* (X_3) 0.475, artinya jika *Store Layout* naik satu satuan, maka kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu naik sebesar 0.475.
5. Koefisien regresi dimensi *Interior Display* (X_4) 0.405, artinya jika *Interior Display* naik satu satuan, maka kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu naik sebesar 0.405.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan hipotesis pertama (H_1) adalah untuk mengetahui apakah Store Atmosphere yang terdiri dari *eksterior, general interior, store layout, dan interior display* secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Untuk lebih jelasnya hasil dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel. 3 Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.240	4	6.560	54.464	.000 ^a
	Residual	11.442	95	.120		
	Total	37.682	99			

Berdasarkan Tabel 3 di atas diperoleh Sig.F yaitu 0.000, artinya nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai yang disyaratkan yaitu $\alpha = 0.05$ dengan tingkat kepercayaan 95%. dengan demikian dapat dinyatakan bahwa secara simultan variabel *Store Atmosphere* yang terdiri dari *Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Refresho di Kota Palu. Maka hipotesis ini diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis Secara parsial (Uji t)

Hasil Uji t adalah untuk mengetahui apakah variabel (X_1 - X_4) secara parsial berpengaruh terhadap Y. Untuk lebih jelasnya hasil dapat dilihat pada Tabel 2 di atas. Berdasarkan Tabel 2 di atas hasil uji t pengujian variabel (X_1 - X_4) terhadap Y dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian Hipotesis X_1 terhadap Y. Hipotesis kedua (H_2) adalah untuk mengetahui apakah *Exterior* (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa *exterior* (X_1) memiliki nilai signifikan sebesar 0.583. Artinya nilai tersebut $>$ dari taraf yang disyaratkan yaitu $\alpha = 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial eksterior berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil Pengujian Hipotesis Hasil X_2 terhadap Y. Hipotesis ketiga (H_3) adalah untuk mengetahui apakah *General Interior* (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa *General Interior* (X_2) memiliki nilai signifikan sebesar 0.000. Artinya nilai tersebut $<$ dari taraf yang disyaratkan yaitu $\alpha = 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial *General Interior* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Hasil Pengujian Hipotesis Hasil X_3 terhadap Y. Hipotesis keempat (H_4) adalah untuk mengetahui apakah *Store Layout* (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan di Kota Palu. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa *Store Layout* (X_3) memiliki nilai signifikan sebesar 0.000. Artinya nilai tersebut $<$ dari taraf yang disyaratkan yaitu $\alpha = 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Store Layout* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Hasil Pengujian Hipotesis Hasil X_4 terhadap Y
Hipotesis kelima (H_5) adalah untuk mengetahui apakah *Interior Display* (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa *Interior Display* (X_4) memiliki nilai signifikan sebesar 0.000. Artinya nilai tersebut $<$ dari taraf yang disyaratkan yaitu $\alpha = 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Interior Display* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan atau Hasil Analisis Secara Simultan

Berdasarkan hasil pengujian serta analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini membuktikan bahwa *Store Atmosphere* yang terdiri dari *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, dan *Interior Display* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Berdasarkan tabel rekapitulasi regresi linear berganda dapat dilihat pengaruh hasil uji determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0.684. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa seluruh dimensi bebas yakni *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, serta *Interior Display* mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 68.4% terhadap variabel terikat yaitu terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Sedangkan sisanya ($100\% - 68.4\% = 31.6\%$), dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti misalnya variabel kualitas layanan, dan lain-lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Albagdadi (2017) yang menyatakan bahwa elemen suasana toko yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian konsumen berbelanja pada Swalayan Inti Makmur di Kota Palu.

Pembahasan atau Hasil Analisis Secara Parsial *Exterior* (X_1)

Exterior merupakan perencanaan dari bagian luar toko yang didesain sedemikian rupa sehingga terlihat unik, menarik, dan menonjol sehingga mengundang orang untuk masuk kedalam toko. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur elemen *Exterior* adalah bagian depan cafe, papan

nama, pintu masuk, keadaan lingkungan sekitar, lahan parkir yang luas dan keamanan kendaraan saat parkir. Penelitian yang dilakukan pada Cafe Refresho di Kota Palu, pada elemen *exterior* dimana papan nama cafe merupakan indikator yang dominan dipilih oleh responden. Selain itu pintu masuk juga merupakan indikator yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.

Berdasarkan hasil penelitian ini, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *exterior* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Refresho di Kota Palu. Hal ini menunjukkan bahwa *exterior* Cafe Refresho bukan merupakan faktor penting yang menunjang kepuasan konsumen. Konsumen di Kota Palu tidak menunjukkan respon yang sangat aktif terhadap *exterior* sehingga kepuasan konsumen Cafe Refresho tidak terpenuhi melalui *exterior* cafe.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meldarianda dan Lisan (2010) yang menyatakan bahwa sebagian besar konsumen yang datang ke Resort Cafe tidak teralu memerhatikan elemen-elemen *outstore atmosphere* yang meliputi tata letak papan nama, parkir, dan lokasi. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sukma, Fuzy DH, dan Yaningwati (2012) bahwa bagian luar toko (*exterior*) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli di *Hypermart Malang Town Square* Kota Malang.

General Interior (X₂)

General interior merupakan bagian dalam toko yang hendaknya memberikan kesan yang menyenangkan bagi konsumen ketika masuk di dalam toko. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur elemen *general interior* adalah lantai, pencahayaan, aroma, musik, tekstur tembok, suhu udara, karyawan rapi, karyawan ramah, teknologi, dan kebersihan dalam cafe. Dari penelitian yang dilakukan pada Cafe Refresho di Kota Palu, pada elemen *general interior* dimana musik merupakan indikator yang dominan dipilih oleh responden. Selain itu kebersihan dan karyawan yang ramah juga merupakan indikator yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.

Berdasarkan hasil penelitian ini, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *general interior* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Refresho. Hal ini menunjukkan bahwa *general interior* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tendean & Widodo (2015) yang menyatakan bahwa *general interior* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Maja House Sugar and Cream Bandung.

Store Layout (X₃)

Store Layout merupakan rencana untuk menentukan lokasi tertentu atau penempatan fasilitas didalam toko dan pengaturan jalan/gang di dalam toko. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur elemen *Store Layout* adalah jalan dalam cafe, penempatan fasilitas cafe, penempatan kursi dan meja, penempatan kasir, dan penempatan panggung dalam cafe. Penelitian yang dilakukan pada elemen *Store Layout* dimana penempatan fasilitas toko merupakan indikator yang dominan dipilih oleh responden. Selain itu penempatan kasir dan panggung juga merupakan indikator yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.

Berdasarkan hasil penelitian ini, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *Store Layout* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Refresho. Hal ini menunjukkan bahwa *Store Layout* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari dan Wardhana (2013) yang menyatakan bahwa *Store Layout* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Roemah Kopi Bandung.

Interior Display (X₄)

Interior Display merupakan dekorasi, pajangan, tanda yang digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan laba bagi toko. Adapun indikator-indikator

yang digunakan untuk mengukur elemen *Interior Display* adalah gambar/poster menarik, gambar/tanda sesuai dengan tema, tanda petunjuk toilet, tanda petunjuk kasir, dan pajangan-pajangan dalam cafe. Penelitian yang dilakukan pada Cafe Refresho di Kota Palu, pada elemen *Interior Display* dimana tanda petunjuk kasir merupakan indikator yang dominan dipilih oleh responden. Selain itu pajangan-pajangan dalam cafe juga merupakan indikator yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.

Berdasarkan hasil penelitian ini, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *Interior Display* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Refresho. Hal ini menunjukkan bahwa *Interior Display* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aryanto (2010) yang menyatakan bahwa *Interior Display* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja pada Spesiez Distro di Kota Palu.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, maka diperoleh kesimpulan mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Cafe Refresho di Kota Palu.

1. *Store Atmosphere*, yang terdiri dari *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, dan *Interior Display* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.
2. *Exterior* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.
3. *General Interior* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.
4. *Store Layout* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.
5. *Interior Display* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran-saran yang tepat menyangkut kegunaan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kepada pemilik Cafe Refresho untuk lebih mengembangkan lagi *store atmosphere*, karena pada penelitian ini *store atmosphere* memiliki kontribusi yang cukup besar yaitu 68.4% terhadap kepuasan konsumen di Cafe Refresho, khususnya bagian *store layout* (tata letak dalam toko), karena sesuai hasil penelitian di lapangan variabel *store layout* (tata letak dalam toko) paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Sebaiknya pemilik Cafe Refresho menyediakan kursi dan meja yang banyak agar dapat menampung semua konsumen yang datang, merapikan fasilitas-fasilitas toko, dan memberi jalan yang luas sehingga konsumen mudah untuk berlalu lalang dalam cafe.
2. Kepada pemilik Cafe Refresho diharapkan juga memfokuskan unsur *Interior Display* (Pajangan) berkaitan dengan *store atmosphere* terutama dalam menghadapi persaingan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian di lapangan, dimana faktor *Interior display* (Pajangan) merupakan faktor kedua yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Cafe Refresho di Kota Palu. Sebaiknya pemilik Cafe Refresho membuat pajangan atau poster-poster, ataupun gambar-gambar dinding yang lebih menarik, mengingat gaya hidup masyarakat zaman sekarang yang senang untuk berfoto-foto dengan latar dinding atau gambar yang menarik.
3. Kepada pemilik Cafe Refresho sebaiknya juga memperhatikan unsur *General Interior* (bagian dalam cafe) karena sesuai hasil penelitian lapangan faktor *General Interior* (bagian dalam cafe) juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sebaiknya pemilik Cafe Refresho lebih

memperhatikan pencahayaan di cafe, musik yang dimainkan, aroma makanan, karyawan yang rapi dan ramah, menggunakan peralatan yang terlihat modern, dan kebersihan.

4. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti variabel kualitas layanan dan lain-lain, selain yang digunakan dalam penelitian ini sehingga lebih dapat mengukur sebab-sebab yang mempengaruhi kepuasan konsumen Cafe Refresho di Kota Palu, selain itu juga diharapkan untuk menggunakan ukuran sampel yang lebih besar dari jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sehingga keakuratan hasil penelitian akan lebih terjamin.

6.REFERENSI

- Adrian, I. (2015, May 13). Cara Melakukan Uji Normalitas Melalui Kolmogorov Smirnov atau Grafik Q-Q Plot. Retrieved April 23, 2017, from <http://bimbingan-skripsi-malang.blogspot.com/2015/05/cara-melakukanuji-normalitas-melalui.html>
- Aji, R. I. (2016). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen FJ Cafe Bandung (Survei Pada Konsumen FJ café Bandung). Universitas Pasundan, Bandung. Diambil dari (http://onsearch.id/Record/IOS3183.12522?widget=1&repository_id=3183)
- Albagdadi, Umi Kalsium Y (2017). *Pengaruh Elemen Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Swalayan Inti Makmur Kota Palu*. Universitas Tadulako. Palu.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach* (10 ed.). New Jersey: Pearson.
- Duwi. (2011, November 27). Uji Heterokedastitas. Retrieved April 23, 2017, from <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-heteroskedastitas.html>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Thesis, dan Disertai Ilmu Manajemen* (5 ed.). Semarang: Undip Press.
- Gay, L. ., & Diehl, P. . (1992). *Research Methods for Business and Management*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Hasan, A. (2009). *Marketing* (1 ed.). Yogyakarta: Media Pressindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management* (14 ed.). England: Pearson.
- Rahma, G. (2016, April 18). Uji Asumsi Klasik. Retrieved April 23, 2017, from <http://ghinarahmatullah.blogspot.com/2016/04/uji-asumsi-klasik.html>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tendean, A., & Widodo, A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Maja House Sugar & Cream Bandung). Diambil dari (<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/102031/pengaruh-store-atmosphere-terhadap-kepuasan-konsumen-studi-pada-maja-house-sugar-cream-bandung-.html>)
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (2 ed.). Salemba Empat.
- Wanti, S. F. (2015). Pengaruh Experiential Marketing dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Chinggu Korean Fan Cafe Bandung (Thesis). Universitas Widyatama. Diambil dari (<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/6397>)
- Yamin, S., and Kurniawan, H. (2014). *SPSS Complete* (2nd ed.). Jakarta: Salemba.