

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DI LIHAT DARI KUALITAS
PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* PADA LAFA CAFE**

PROPOSAL RISET MAHASISWA

Disusun untuk Memenuhi Syarat Pengajuan Penelitian dan Laporan Riset

Oleh :

**LAURA ANGGELA SC
4121911087**



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN MANAJEMEN BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BATAM
2023**

Halaman Persetujuan Skripsi

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DI LIHAT DARI KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* PADA LAFA CAFE

Oleh :

**LAURA ANGGELA SC
4121911087**



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN MANAJEMEN BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BATAM
2023**

Batam, 28 Agustus 2024

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



(Inggrid Wahyuni Sinaga., S.AB., M.AB)
NIK/NIP:198711302014042001

Pernyataan Keaslian Karya Tulis

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laura Anggela SC

NIM : 4121911087

Program Studi : D4 Administrasi Bisnis Terapan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Batam, 28 Agustus 2024

Mahasiswa,



Laura Anggela SC

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan SEM-PLS. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 orang responden Lafa café Batam, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei, dan uji validitas dan reliabilitas sebagai uji instrument dengan teknik analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial sehingga menghasilkan jaminan, bukti fisik dan store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kehandalan, daya tanggap dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Lafa cafe.

Kata kunci: Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, Store atmosphere, Kepuasan pelanggan.

Abstrack

This research aims to analyze reliability, responsiveness, guarantee, empathy, physical evidence, and store atmosphere on customer satisfaction. This research uses quantitative methods with data analysis using SEM-PLS. The sample in this study was 150 respondents from Lafa Café Batam, using purposive sampling as the sampling technique. Data collection techniques use survey methods, and validity and reliability tests as instrument tests with descriptive statistical analysis techniques and inferential statistical analysis to produce guarantees, physical evidence and store atmosphere have a significant effect on customer satisfaction, while reliability, responsiveness and empathy do not have a significant effect on customer satisfaction at Lafa cafe.

Keyword: Reliability, Responsiveness, Guarantee, Empathy, Physical Evidence, Store atmosphere, Customer satisfaction.

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan Skripsi.....	1
Pernyataan Keaslian Karya Tulis.....	2
Abstrak.....	3
Abstrack.....	3
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR GAMBAR.....	6
DAFTAR TABEL.....	7
LAMPIRAN.....	8
BAB I PENDAHULUAN.....	9
Latar Belakang	9
Perumusan Masalah.....	12
Tujuan Penelitian	12
Manfaat Penelitian.....	13
Batasan Masalah.....	13
BAB II KAJIAN TEORI.....	14
A. Kajian Teori	14
6.1.1 Kualitas Layanan	14
6.1.2 <i>Store Atmosphere</i>	15
6.1.3 Kepuasan pelanggan.....	16
B. Kajian Literatur	18
C. Pengembangan Hipotesis	21
D. Paradigma Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Operasional Variabel dan Pengukurannya	25
B. Jenis dan Sumber Data.....	28

C.	Instrumen Penelitian	28
D.	Waktu, Lokasi dan Objek Penelitian	29
1.	Waktu Penelitian.....	29
2.	Lokasi dan Objek Penelitian	29
E.	Teknik Penetapan Jumlah Sampel	29
F.	Teknik Penarikan Sampel.....	30
G.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
H.	Teknik Pengolahan Data	31
I.	Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36
A.	Gambaran Umum Objek	36
B.	Identitas Responden.....	36
C.	Analisis Statistik Deskriptif	38
D.	Analisis Statistik Inferensial.....	40
1.	Uji Instrumen Validitas Dan Reliabilitas	40
2.	Partial Least Square (PLS).....	40
3.	Pengujian hipotesis	47
BAB V PENUTUP.....		51
Kesimpulan		51
Saran.....		51
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN		55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 – Lafa Cafe, Batam Centre.....	10
Gambar 2 – Paradigma Hipotesis	24
Gambar 3 – Kerangka Pemikiran Pengelolaan Data	31
Gambar 4 - Output Program SmartPLS, 2024	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1 – Kajian Literatur	18
Tabel 2 – Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	26
Tabel 3 – Waktu Pelaksanaan Penelitian	29
Tabel 4 -Profil Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 5 - Profil Usia Responden.....	37
Tabel 6 - Profil Pekerjaan Responden	37
Tabel 7 – Analisis Statistik Deskriptif	38
Tabel 8 – Uji Validitas dan Reliabilitas	40
Tabel 9 - <i>Convergent Validity</i>	42
Tabel 10 - <i>Discriminant Validity</i>	43
Tabel 11 - <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	45
Tabel 12 - <i>Composite Reliability</i>	45
Tabel 13 - <i>Cronbachs Alpha</i>	46
Tabel 14 – R Square.....	46
Tabel 15 – Effect Size (F square)	47
Tabel 16- <i>Path Coefficient</i>	47
Tabel 17 – Rekapitulasi Hasil Penelitian	49

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuisisioner Penelitian 55

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin dinamis seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat akan produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif saat ini, banyaknya merek dan produk, baik barang maupun jasa yang bersaing di pasar, membuat pelanggan memiliki pilihan yang beragam. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian di mana alternatif yang dipilih harus setidaknya sama atau lebih baik dari yang diharapkan, sedangkan ketidakpuasan terjadi ketika hasilnya tidak memenuhi harapan.

Suasana baik yang diciptakan oleh suatu bisnis di mata pelanggan akan menunjukkan keseriusan bisnis tersebut dalam menjalankan usahanya. Semakin nyaman suasana yang di hadirkan maka semakin nyaman pula pelanggan. Dengan kenyamanan yang telah diberikan maka pelanggan akan merasa puas dan akan mengulang pembelian. Dengan pengulangan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan maka berpengaruh baik terhadap citra usaha.

Demikian pula kualitas pelayanan yang lebih baik akan menciptakan kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas akan dikaitkan dengan terciptanya sebuah loyalitas. Menurut Tjiptono (2008) kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Indikator kualitas layanan yang berhubungan dengan cafe antara lain kehandalan, daya tanggap, bukti fisik, jaminan dan empati.

Cafe adalah suatu bisnis makanan dan minuman yang dijalankan dengan praktis dan nyaman dengan memberikan tingkat pelayanan kepada pelanggan secara ramah dan menyeluruh. Selain tempat makan, *cafe* juga membawa banyak manfaat bagi pengunjung. Seperti tempat untuk menghilangkan kejenuhan dan kepenatan pelanggan serta menciptakan suasana damai dan ramai bagi pelanggan. Lafa Cafe adalah salah satu *cafe* di kota Batam yang berdiri pada tahun 2022. Lafa Cafe memiliki desain ruangan yang unik membuat pelanggan nyaman untuk menghabiskan waktu disana. Selain itu Lafa cafe juga menyediakan berbagai macam pilihan menu makanan dan minuman. Salah satu menu unggulannya yaitu *rice box* yang merupakan menu sangat kekinian saat ini. Namun sama halnya dengan bisnis-bisnis lain, Lafa Cafe yang baru berdiri sekitar satu tahun lamanya ini tentunya memiliki pesaing-pesaing lain khususnya di kota Batam yang menjadikan tantangan bagi usahanya. Melihat banyaknya usaha kedai kopi yang terdapat di Batam, Lafa Cafe dituntut untuk selalu mempertahankan bahkan meningkatkan performance perusahaannya untuk memenangkan persaingan.



Gambar 1 – Lafa Cafe, Batam Centre

Suasana (*atmosphere*) yang ada di Lafa Cafe dilihat dari bagian luar cafe terdapat logo cafe yang disinari lampu sehingga tampak jelas di lihat oleh pengunjung yang datang. Selanjutnya kursi yang disusun rapi agar membuat pengunjung nyaman bersantai di Lafa Cafe. Tidak lupa juga ditambah hiasan lampu yang bergantung dilihat dari warna pencahayaan yang bagus dan udara yang enak untuk di hirup membuat suasana semakin nyaman bagi pengunjung. Bagian luar juga di beri hiasan tanaman yang mengusung konsep *outdoor cafe*.

Selain itu untuk lokasi *cafe* juga berada di pusat kota sehingga mudah di jangkau oleh pengunjung. Untuk tata letak ruang juga Lafa *Cafe* terlihat rapi dari segi penataan meja dan kursi bagian pinggir *cafe* juga ditambahkan tanaman yang membuat suasana semakin asri. Selain itu menu yang ditawarkan juga beraneka ragam dan harga yang dipatok tidak terlalu tinggi membuat pelanggan ingin kembali datang.

Pada penelitian Kristina (2017) Pengaruh store atmosphere dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *cafe* heerlijk gelato perpustakaan bank indonesia mengatakan bahwa *store atmosphere* menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada bidang layanan jasa. Disaat pelanggan merasa nyaman dengan suasana toko yang diberikan perusahaan, maka pelanggan akan merasa senang dan merasa puas. Dari kepuasan tersebut akan menarik minat pelanggan untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang. Jika pelanggan sudah membeli dan harapannya terpenuhi maka akan terwujudlah kepuasan pelanggan.

Selain itu berdasarkan penelitian oleh Satrya (2021) Pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan KFC Kualitas

layanan memiliki peran penting untuk membangun kepuasan pada pelanggan. Sebuah perusahaan yang menyediakan pelayanan yang maksimal akan menimbulkan rasa kepuasan terhadap pelanggan sehingga kembali membeli barang atau jasa pada suatu usaha (Satrya, 2021).

Berdasarkan latar belakang mengenai *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang telah di jelaskan, maka penulis mengangkat judul penelitian “**Analisis kepuasan pelanggan di lihat dari kualitas pelayanan dan *store atmosphere* pada Lafa Café**”.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas yaitu analisis kepuasan pelanggan di lihat dari kualitas pelayanan dan *store atmosphere* pada Lafa Cafe merupakan hal yang sangat penting dalam suatu usaha. Maka terdapat enam rumusan masalah dalam penelitian ialah

1. Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lafa Cafe?
2. Apakah Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lafa Cafe?
3. Apakah Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lafa Cafe?
4. Apakah Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lafa Cafe?
5. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lafa Cafe?
6. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lafa Cafe?”.

Tujuan Penelitian

Terdapat dua tujuan di lakukannya penelitian ini yang pertama yaitu untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan Lafa

Café, Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan Lafa Café, Bukti Fisik terhadap kepuasan pelanggan Lafa Café, Jaminan terhadap kepuasan pelanggan Lafa Café, Empati terhadap kepuasan pelanggan Lafa Café dan untuk menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk beberapa pihak. Yang pertama bagi pihak Lafa Cafe yaitu memberikan pandangan terhadap dampak dalam pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan, Empati dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kualitas usaha. Yang kedua bagi akademisi yaitu memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya dalam ilmu pemasaran. Yang terakhir bagi peneliti selanjutnya yaitu diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat dan menjadi rujukan apabila akan melakukan penelitian berkaitan dengan masalah yang sama.

Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan masalah agar permasalahan tidak semakin meluas dan karena banyaknya keterbatasan. Penelitian ini lebih fokus mengkaji hanya mengenai variabel indikator kualitas pelayanan, variabel *store atmosphere*, dan variabel kepuasan pelanggan di Lafa Cafe Batam dengan jumlah sampel 151 responden dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

6.1.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu elemen kunci yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. Kualitas layanan menjadi hal penting untuk di berikan kepada pelanggan, jika pelayanan di berikan secara maksimal kepada kosnumen maka akan terbentuklah kelayalitan pelanggan. Menurut Lewis dan Booms yang merupakan pakar pertama kali mendefinisikan kualitas layanan atau *service quality* sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu menyesuaikan ekspektasi pelanggan. Tjiptono (2012) dalam Strategi Pemasaran kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat lima dimensi kualitas layanan menurut (Dessilia Raharjo, 2015) untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas jasa, yaitu :

1. Keandalan, kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
2. Daya tanggap, kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.
3. Bukti fisik, perusahaan mampu menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
4. Jaminan, karyawan perusahaan memiliki pengetahuan yang cukup, sopan, santun, kompeten, dan dapat dipercaya.

5. Empati, perhatian yang besar dan khusus yang diberikan dalam upaya memahami keinginan pelanggan.

6.1.2 Store Atmosphere

Suasana toko atau *store atmosphere* merupakan salah satu faktor penting bagi suatu usaha untuk membuat pelanggan tertarik untuk mengunjungi usaha kita. Pengaturan tempat yang sedemikian rupa, tentunya dapat menarik perhatian pengunjung dan memberikan kesan yang positif maupun negatif terhadap suatu tempat. *Store atmosphere* adalah karakteristik fisik yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan (Berman, 2010). Atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli (Berman, 2010). Atmosfer dalam sebuah toko dapat mempengaruhi emosi atau perasaan pelanggan sehingga dapat menyebabkan terjadinya proses pembelian (Kotler, 2015). Menurut Levy (2012) *store atmosphere* dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu :

1. InStore Atmosphere

InStore Atmosphere adalah pengaturan – pengaturan di dalam ruangan yang menyangkut :

- a. *Internal Layout*, merupakan pengaturan dari berbagai fasilitas dalam ruangan yang terdiri dari tata letak meja kursi pengunjung, tata letak meja kasir, dan tata letak lampu, pendingin ruangan.
- b. Suara, merupakan keseluruhan alunan suara yang dihadirkan dalam ruangan untuk menciptakan kesan rileks yang terdiri dari *live music* yang disajikan restoran atau alunan suara musik dari *sound system*.

- c. Bau, merupakan aroma-aroma yang dihadirkan dalam ruangan untuk menciptakan selera makan yang timbul dari aroma makanan dan minuman dan aroma yang ditimbulkan oleh pewangi ruangan.
- d. Tekstur, merupakan tampilan fisik dari bahan-bahan yang digunakan untuk meja dan kursi di dalam ruangan serta dinding ruangan.
- e. Desain interior, merupakan penataan ruang- ruang meliputi luas ruang, ruas jalan, desain, penataan meja, penataan lukisan, dan sistem pencahayaan dalam ruangan.

2. *OutStore Atmosphere*

OutStore Atmosphere adalah pengaturan di luar ruangan yang menyangkut :

- a. *External Layout* yaitu pengaturan tata letak berbagai fasilitas restoran di luar ruangan yang meliputi tata letak parkir pengunjung, tata letak papan nama, dan lokasi yang strategis.
- b. Tekstur merupakan tampilan fisik dari bahan-bahan yang digunakan bangunan maupun fasilitas diluar ruangan yang meliputi tekstur dinding bangunan luar ruangan dan tekstur papan nama luar ruangan.
- c. Desain eksterior merupakan penataan ruangan-ruangan luar restoran meliputi desain papan nama luar ruangan, penempatan pintu masuk, bentuk bangunan dilihat dari luar, dan sistem pencahayaan luar ruangan.

6.1.3 Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya (Husain, 2007). Tjiptono (2012) menyatakan bahwa Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan

sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. 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. Secara keseluruhan kepuasan pelanggan memiliki dimensi-dimensi. Class Fornell (1996) di dalam jurnalnya membagi kepuasan pelanggan ke dalam 3 bagian dimensi, yaitu:

1. Kualitas yang dirasakan, Penentu utama kepuasan pelanggan yaitu kualitas atau kinerja. Kualitas adalah sangat mendasar bagi seluruh kegiatan ekonomi karena dapat menggambarkan dua buah komponen secara keseluruhan sebuah pengalaman konsumsi, yaitu sejauh mana penawaran yang ditawarkan dan diberikan oleh perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan dan sejauh mana kompetensi karyawan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas bagi pelanggannya.
2. Nilai yang dirasakan, Nilai adalah tingkat yang dirasakan oleh pelanggan terhadap harga yang dibayarkan olehnya. Pelanggan akan membandingkan nilai yang dirasakannya oleh perusahaan baik berupa produk barang atau jasa. Dengan ini pelanggan dapat memberikan nilai atas nilai yang telah dirasakannya terhadap produk barang atau jasa tersebut.
3. Harapan pelanggan, Harapan merupakan awal sebelum pelanggan merasakan kualitas dan nilai yang diberikan oleh perusahaan. Pelanggan memiliki harapan terhadap sejauh mana penawaran yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk produk atau jasa tersebut. Proses sebelumnya adalah pelanggan mencari dan mendapatkan informasi-informasi dari berbagai sumber, selanjutnya memikirkan dan memperkirakan kemampuan perusahaan dalam

memberikan pelayanan yang berkualitas di masa depan yang akan diterimanya.

B. Kajian Literatur

Berikut adalah beberapa kajian penelitian yang relevan terhadap judul yang di angkat :

Tabel 1 – Kajian Literatur

No	Nama Peneliti	Judul	Teknik Analisis	Hasil
1.	Hendarti, 2022	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Store Atmosphere</i> Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Hello Barbershop Di Karanganyar)	Analisis Statistik Regresi Linier Berganda	Pertama kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hello Barbershop di Karanganyar, kedua <i>Store atmosphere</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ketiga Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, keempat Kualitas pelayanan, <i>store atmosphere</i> , dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Rahmawati, 2022	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada <i>Owners Store</i> Tanjung Tabalong	Analisis Statistik Regresi Linier Berganda	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. <i>Store atmosphere</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada <i>Owners Store</i> Tanjung Tabalong. 2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada <i>Owners Store</i> Tanjung Tabalong. 3. <i>Store atmosphere</i> dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada <i>Owners Store</i> Tanjung Tabalong
3.	Sambara, 2021	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap	Analisis Statistik Regresi Linier Berganda	Pertama kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan <i>Store Atmosphere</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe 3.am Koffie Spot, Manado.

		Kepuasan Pelanggan Pada <i>Cafe 3.Am Koffie Spot Manado</i>		Kedua kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe 3.am Koffie Spot, Manado. Ketiga kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe 3.am Koffie Spot, Manado. Terakhir <i>Store Atmosphere</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe 3.am Koffie Spot, Manado.
4.	Anderson, 2020	<i>The Influence of Store Atmosphere on Purchasing Decisions and Customer Satisfaction: A Case Study at the Pacific Restaurant, Blitar</i>	<i>Path Analysis</i>	Terdapat pengaruh yang signifikan antara store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pacific di Kota Blitar, artinya store atmosphere yang lebih baik didukung oleh upaya pemilik dalam mencegah penularan Virus Corona (Covid-19), dan penerapan new normal, keputusan pembelian pada Restoran Pacific di Kota Blitar akan meningkat
5.	Suryawardani, 2019	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio	SEM	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Store atmosphere berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap kepuasan konsumen 2) Kualitas produk berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap kepuasan konsumen. 3) Kualitas layanan berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap kepuasan konsumen.
6.	Pesoa, 2020	<i>Customer Loyalty in Coffee Shop: Literature Review and Condition for the Future</i>	<i>Quantitative Descriptive</i>	Dari hubungan pada Gambar 2 terlihat bahwa faktor-faktor yang secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Harga. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pelanggan merasa puas dengan apa yang ditawarkan dan percaya pada kedai kopi tersebut, maka secara signifikan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan yang datang berkunjung.

7.	Khabala, 2018	<i>Bank Customer Loyalty and Satisfaction: The Influence of Virtual e-CRM</i>	SEM	Studi kami telah menemukan bahwa sehubungan dengan pelanggan bank, kepuasan pelanggan tidak memoderasi hubungan fitur transaksi e-CRM dan loyalitas pelanggan. Kami menyimpulkan bahwa meskipun pelanggan mungkin setia kepada bank, itu tidak berarti bahwa kepuasan mereka terhadap layanan tersebut tinggi.
8.	Kristiana, 2017	Pengaruh <i>store atmosphere</i> dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Café heerlijk gelato perpustakaan bank indonesia surabaya	Regresi	Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya perlu memperhatikan indikator kehandalan. Dengan menyajikan makanan yang lebih cepat karena pelanggan mengeluh bahwa pelayanan yang mereka terima terkesan lambat, dan fasilitas pendukung seperti TV atau musik lebih dimaksimalkan penggunaannya agar pelanggan tidak cepat merasa bosan karena menunggu pesanan yang terlalu lama.
9.	Alfin, 2017	Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan	Uji Parsial	Terdapat pengaruh antara <i>Store Atmosphere</i> dan kepuasan Pelanggan dengan korelasi yang cukup kuat, hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dengan korelasi yang kuat.
10.	Hussain, 2016	<i>Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention</i>	<i>multiple regression</i>	Penelitian ini menguji pengaruh kebersihan, musik, aroma, warna, pencahayaan, suhu, tampilan/layout terhadap niat beli pelanggan. Cleanliness, Scent, Lighting dan Display/Layout berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli pelanggan sedangkan musik dan warna berdampak minimal terhadap minat beli pelanggan, sedangkan suhu hampir tidak berpengaruh terhadap pelanggan saat berbelanja.

Penelitian-penelitian sebelumnya di gunakan sebagai dasar penelitian ini dan sebagai pembanding dan pendukung dalam penelitian yang dilakukan dengan variabel-variabel yang telah dijelaskan. Tabel di bawah ini menjelaskan beberapa

variabel yang signifikan dan tidak signifikan dari penelitian sebelumnya. Variabel yang berhubungan dengan tabel penelitian sebelumnya meliputi store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Seperti pada artikel Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan (Muhammad, 2017) yaitu Terdapat pengaruh antara *Store Atmosphere* dan kepuasan Pelanggan dengan korelasi yang cukup kuat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dengan korelasi yang kuat.

C. Pengembangan Hipotesis

Menurut Umar (2019) hipotesis penelitian merupakan pernyataan sementara yang perlu dibuktikan dalam penelitian, yaitu apakah pernyataan tersebut dapat atau tidak dapat diterima. Berdasarkan hubungan antara variabel yang terdapat dalam kerangka pemikiran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *store atmosphere* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Maka hipotesis yang dapat di ambil yaitu sebagai berikut:

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam sisi kehandalan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dan dalam jangka panjang bagi suatu usaha. Apabila kehandalan yang diberikan dalam pelayanan diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya. Maka hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H1 = Kehandalan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam sisi daya tanggap memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dan dalam jangka panjang bagi suatu usaha. Apabila daya tanggap yang diberikan dalam pelayanan diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya. Maka hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H2 = Daya Tanggap secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam sisi jaminan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dan dalam jangka panjang bagi suatu usaha. Apabila jaminan yang diberikan dalam pelayanan diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya. Maka hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H3 = Jaminan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam sisi empati memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dan dalam jangka panjang bagi suatu usaha. Apabila empati yang diberikan dalam pelayanan diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya. Maka hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H4 = Empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

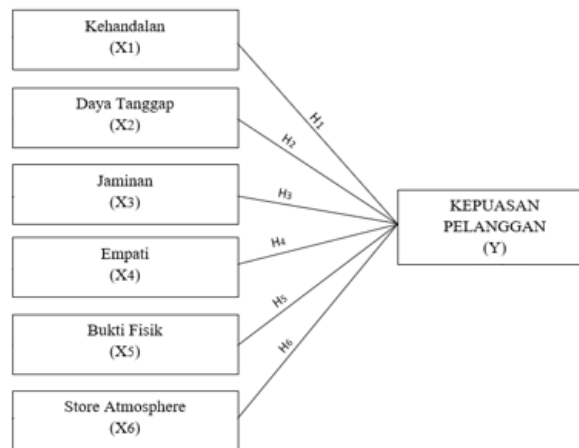
Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam sisi bukti fisik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dan dalam jangka panjang bagi suatu usaha. Apabila bukti fisik yang diberikan dalam pelayanan diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya. Maka hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H5 = Bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

Setiap *cafe* memiliki tampilan yang berbeda, apakah itu bersih, minimalis, megah, suram, menarik dll. Toko harus menciptakan suasana terencana yang sesuai dengan target pasarnya dan dapat menarik konsumen untuk berbelanja di toko tersebut. *Store atmosphere* menurut Ma'ruf (2010) adalah salah satu marketing mix dalam gerai yang berperan penting dalam memikat dan membuat nyaman pelanggan sehingga mereka datang kembali. Maka dari itu hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H6 = *Store atmosphere* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

D. Paradigma Hipotesis



Gambar 2 – Paradigma Hipotesis

H1 = Kehandalan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

H2 = Daya Tanggap secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

H3 = Jaminan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

H4 = Empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

H5 = Bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

H6 = *Store atmosphere* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga perumusan rencana penelitian. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, tujuannya adalah untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan alat bantu analisis dengan menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS).

A. Operasional Variabel dan Pengukurannya

Untuk memudahkan pemahaman dan menghindari kesalahpahaman, maka perlu dilakukan pendefinisian variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Operasional variabel yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah variabel yang mempengaruhi kualitas layanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Lafa Cafe. Teknik skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert*. Skala *likert* yaitu skala yang berfungsi sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi seseorang atau suatu kelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Pengukuran skala menurut Purnomo (2012) di mulai dengan 1 yaitu sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 setuju dan 4 sangat setuju. Definisi operasional variabel dan pengukuran lebih jelasnya dapat di lihat pada uraian tabel di bawah ini:

Tabel 2 – Operasional Variabel dan Pengukurannya

Variabel	Definisi Variabel	Item	Indikator	Sumber
Kehandalan (X1)	Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya	X1.1	Sigap dalam pelayanan terhadap pelanggan. Memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	(Dessilia Raharjo, 2015)
		X1.2		
		X1.3 X1.4	Memberikan pelayanan tepat waktu. Mengantarkan pesanan sesuai dengan yang dipesan.	
		X1.5	Cafe selalu tepat waktu ketika buka	
Daya Tanggap (X2)	Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan	X2.1	Cepat dalam bekerja	(Dessilia Raharjo, 2015)
		X2.2 X2.3	Menawarkan promo yang tersedia Tanggap dalam menjelaskan produk yang ada	
		X2.4 X2.5	Cepat dalam membantu kesulitan dan kebutuhan pelanggan	
Jaminan (X3)	Karyawan perusahaan memiliki pengetahuan yang cukup, sopan, santun, kompeten, dan dapat dipercaya.	X3.1	Pelanggan merasa aman saat transaksi di cafe.	(Dessilia Raharjo, 2015)
		X3.2	Selalu memberikan struk transaksi	
		X3.3	Menjamin pesanan sesuai dan aman	
		X3.4	Menjaga privasi konsumen	
		X3.5	Menjamin keamanan kendaraan.	
Empati (X4)	Perhatian yang besar dan khusus yang diberikan dalam upaya memahami keinginan pelanggan.	X4.1 X4.2	Melayani dengan ramah, Salam, sapa, sopan santun terhadap karyawan	(Dessilia Raharjo, 2015)
		X4.3	Bersedia membantu pelanggan	
		X4.4	Karyawan bersikap baik terhadap pelanggan	
		X4.5	Memberikan informasi yang mudah dipahami oleh pelanggan.	
Bukti Fisik (X5)	Perusahaan mampu menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal	X5.1	Kondisi cafe tertata rapih dan bersih.	(Dessilia Raharjo, 2015)
		X5.2	Karyawan berpenampilan bersih dan rapih. Karyawan cafe memiliki keterampilan	
		X5.3		
		X5.4		

			yang baik, Karyawan memberikan sapaan kepada pelanggan	
		X5.5	Toilet di dalam café selalu bersih dan rapih	
Store Atmosphere (X6)	Karakteristik fisik yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan	X6.1	Café memiliki desain interior yang kekinian	(Berman, 2010)
		X6.2	Café memiliki model arsitektur yanga rtistik	
		X6.3	Letak kursi di café ditata dengan artistik	
		X6.4 X6.5	Interior café ditata dengan unik dan menarik, Café memiliki etalase yang unik dan menarik	
		X6.6 X6.7	Memiliki parkir yang luas Memiliki parkir yang aman	
		X6.8 X6.9	Papan nama café tertulis dengan sangat jelas Desian eksterior luar café kekinian	
		X6.10	Café memiliki jalur yang mudah untuk diakses oleh pelanggan	
		Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.	
Y.3 Y.4	Konsumen bersedia untuk merekomendasikan Cafe ini kepada orang Konsumen bersedia untuk datang kembali dengan membawa teman			
Y.5	Menu yang ada di Lafa Cafe sesuai dengan harapan konsumen			
Y.6 Y.7	Fasilitas yang ada di Lafa Cafe sesuai dengan harapan konsumen Lafa Cafe cocok sebagai tempat berkumpul			

		Y.8 Y.9 Y.10	Lafa Cafe cepat dalam menanggapi komplain yang saya ajukan Lafa Cafe memenuhi harapan saya Secara keseluruhan saya puas dengan Lafa Cafe	
--	--	--------------------	--	--

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah skala interval. Skala interval adalah skala yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama (Irianto, 2015). Skala interval juga dikatakan sebagai suatu skala yang mempunyai rentangan konstan antara tingkat satu dengan yang aslinya, tidak mempunyai angka 0 mutlak. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian yaitu data primer. Data primer di peroleh dari observasi langsung, wawancara dan kuisisioner kepada narasumber. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil survei yang dilakukan pada pelanggan Lafa cafe.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah salah satu alat ukur yang di gunakan dalam penelitian sebagai pengukuran dan pengumpulan data. Instrumen juga merupakan sarana penampung dan pengolahan data yang telah selesai di kumpulkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti melakukan instrumen penelitian dengan pengumpulan data penelitian melalui kuisisioner dan dokumentasi. Kuisisioner yaitu pengumpulan data dengan menyiapkan daftar pertanyaan terkait dengan variabel yang di ukur melalui perencanaan yang telah di susun agar jawaban dapat menggambar keadaan variabel yang di teliti dengan jelas.

D. Waktu, Lokasi dan Objek Penelitian

1. Waktu Penelitian

Tabel 3 – Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Des	Jan	mar	Mei	Jul	Sept	Nov	Jan	Mar	Juli	Agt
		2022	2023	2023	2023	2023	2023	2023	2024	2024	2024	2024
1	Studi Referensi											
2	Penyusunan BAB I											
3	Penyusunan BAB II											
4	Sidang Proposal											
5	Penyusunan Bab III											
6	Penyusunan Bab IV											
7.	Sidang Akhir											

2. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian yaitu di Lafa Cafe yang beralamat di Container Pasir Putih Carnival Blok A2-A3 Batam. Objek Penelitian yaitu pelanggan Lafa Cafe.

E. Teknik Penetapan Jumlah Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012), selain itu menurut (Sanusi, 2011), mengatakan populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian di Lafa Cafe.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu

(Sanusi, 2011). Kriteria yang digunakan dalam pertimbangan memilih responden yaitu pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dalam jangka waktu 2 bulan terakhir (bulan April) di Lafa Cafe. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti dikarenakan data dari pembelian pelanggan tidak tersipkan secara digital maupun tertulis, maka untuk mengetahui besarnya sampel yaitu menggunakan rumus (Ferdinand, 2002) dalam (Sanusi, 2011). Berdasarkan hal tersebut jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan yang dikali 5 sampai dengan 10, apabila terdapat 20 indikator besarnya sampel antara 100-200. Berdasarkan rumus tersebut maka $n \text{ dikali } 5 (5 \times 30) = 150$ responden.

F. Teknik Penarikan Sampel

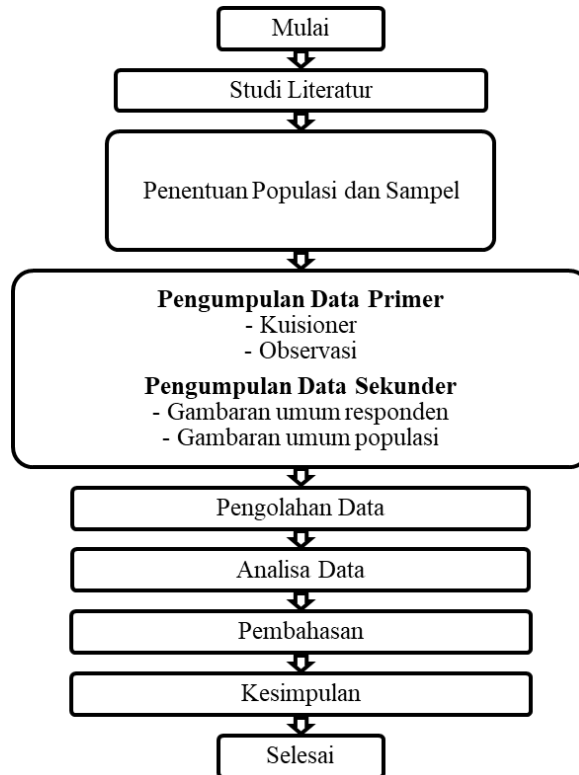
Teknik penarikan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *Purposive Sampling*. Metode *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu dengan mengambil sejumlah pengunjung di Lafa Cafe dengan kriteria tertentu untuk dijadikan sampel. Kriteria - kriteria tersebut yang ditetapkan tersebut yaitu pengunjung yang telah melakukan kunjungan dan pembelian di Lafa Cafe lebih dari 2 kali dalam jangka waktu 2 bulan terakhir agar mampu memberikan informasi yang baik dan benar dan berumur di atas 17 tahun.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data di lakukan dengan cara melakukan kuisioner. Kuisioner yaitu pengumpulan data cara memberikan daftar-daftar pertanyaan yang relevan dengan masalah yang di teliti dan di ajukan para responden atau pelanggan.

H. Teknik Pengolahan Data

Setelah semua data dikumpulkan maka langkah selanjutnya ialah pengelolaan data. Pengelolaan data dilakukan dengan beberapa tahapan seperti berikut:



Gambar 3 – Kerangka Pemikiran Pengelolaan Data

I. Teknik Analisis Data

Setelah semua data primer di dapatkan, kemudian langkah selanjutnya yaitu menganalisis data.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019). Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan

analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi.

2. Analisis Statistik Inferensial

a. Uji Instrumen Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2019). Cara untuk menguji validitas adalah pertama membuat kuesioner kemudian langkah selanjutnya menguji apakah kuesioner yang dibuat tersebut valid atau tidak. Pengukuran uji validitas item adalah dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total dari semua item yang ada. Teknik uji menggunakan teknik Bivariate Pearson (korelasi Produk Momen Pearson) dengan menggunakan software SPL. Analisis Bivariate Pearson ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Analisis ini dilakukan dengan uji 2 sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Jika hasil menunjukkan r hitung $>$ r tabel maka item pertanyaan berkorelasi (valid), jika hasil menunjukkan r hitung $<$ r tabel maka item pertanyaan tidak berkorelasi (tidak valid) (Perdana, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik pengukuran reliabilitas menggunakan Teknik *Cronbach*

Alpha (α). Suatu instrumen atau variabel dapat dikatakan *reliable* apabila nilai *cronchbach's alpha* $> 0,60$ (Pianda, 2018).

c. *Partial Least Square (PLS)*

Dalam analisis statistik data menggunakan metode SEM PLS. Berikut teknik analisa metode PLS :

1) *Analisa outer model*

Outer model dengan indikator reflektif dievaluasi melalui validitas convergent dan discriminant dari indikator pembentuk konstruk laten dan composite reliability serta cronbach alpha untuk blok indikatornya (Ghozali, 2015). Uji yang dilakukan pada outer model yaitu :

- a. *Convergent Validity*: Nilai *convergent validity* dapat dilihat dari korelasi antara score item atau indikator dengan konstraknya. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi di atas 0,7, namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, nilai loading faktor 0,5 – 0,6 masih dapat diterima (Ghozali, 2015).
- b. *Discriminant Validity*: Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain (Ghozali, 2015)
- c. *Average Variance Extracted (AVE)*: Nilai AVE yang diharapkan $> 0,5$ (Ghozali, 2015).

- d. *Composite Reliability*: nilai *composite reliability* harus $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat confirmatory dan nilai $0,6 - 0,7$ masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat exploratory. (Ghozali, 2015).
- e. *Cronbachs Alpha*: Nilai diharapkan $> 0,7$ untuk semua konstruk, namun untuk penelitian yang bersifat *exploratory* $> 0,6$ masih dapat diterima (Ghozali, 2015)

2) Analisa *inner model*

Pada analisa model ini adalah untuk menguji hubungan antara konstruksi laten. Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini :

- a) *R Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Chin (1998) dalam Sarwono (2015) menjelaskan “kriteria batasan nilai *R square* ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substantial; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah”.
- b) *Effect size (F square)* untuk mengetahui kebaikan model. Menurut Chin (1998) dalam Ghozali (2015) interpretasi nilai *f square* yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.

d. Uji Hipotesis

Dalam bukunya Husein (2015) pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik outer model maupun inner model maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian Hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik nya. (Ghozali, 2015). Untuk

pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan Uji Parsial (Uji t) Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas Keandalan (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), Bukti Fisik (X_5), dan *Store Atmosphere* (X_6) berpengaruh secara individual terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Ghozali (2017) menjelaskan bahwa uji statistik t nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96, menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan. Pengujian ini didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05. Penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi lebih besar ($>$) dari 0,05 maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis penelitian ini dianalisis dengan pendekatan metode kuantitatif dimana analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan pengujian hipotesis dengan *partial least square* (PLS). variabel yang terlibat dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, store atmosphere dan kepuasan pelanggan.

A. Gambaran Umum Objek

Lafa cafe adalah salah satu umkm di kota batam yang bergerak di bidang *food and beverage* yang berdiri sejak tahun 2021. Lafa Cafe memiliki desain ruangan yang unik membuat pelanggan nyaman untuk menghabiskan waktu disana. Selain itu Lafa cafe juga menyediakan berbagai macam pilihan menu makanan dan minuman. Lafa cafe beralamat di Container Pasir Putih Carnival Blok A2-A3 Batam.

B. Identitas Responden

Identitas responden dibagi menjadi 3 kategori yaitu sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin Responden

Data – data yang di peroleh melalui kuisisioner disajikan dalam data bentuk kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Identifikasi data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 -Profil Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	42	28%
2	Perempuan	108	72%
Jumlah		150	100%

Sumber – Hasil Kuisisioner Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat mayoritas jenis kelamin yang mengisi kuisisioner perempuan yaitu frekuensi sebanyak 108 orang dengan total persentase 72% dan frekuensi laki – laki sebanyak 42 orang dengan total persentase 28% .

2. Kelompok Umur

Karakteristik responden dalam penelitian dapat di kelompokkan atas responden yang berusia 16 – 20, 21 – 25, dan ≥ 26 tahun. Identifikasi data dapat dilihat di kolom berikut.:

Tabel 5 - Profil Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	16-20	34	23%
2	21-25	103	69%
3	≥ 26 tahun	13	8%
Jumlah		150	100%

Sumber - Hasil Kuisisioner Penelitian, 2023

Pada tabel dapat dilihat dari total keseluruhan responden 150 orang yang di teliti, responden yang berusia 16 – 20 sebanyak 34 orang (23%), berusia 21 – 25 sebanyak 103 orang (69%) dan berusia ≥ 26 tahunsebanyak 13 orang (8%).

3. Kelompok Pekerjaan

Dari total 150 responden, pekerjaan responden dibagi menjadi 4 kelompok yaitu pelajar atau mahasiswa, pegawai swasta, PNS, dan lain – lain. Identifikasi data dapat dilihat di kolom berikut:

Tabel 6 - Profil Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	93	62%
2	Pegawai Swasta	26	18%
3	PNS	8	5%
4	Lain – lain	23	15%
Jumlah		150	100%

Sumber - Hasil Kuisisioner Penelitian, 2023

Pada tabel dapa dilihat dari total keseluruhan responden 150 orang yang telah di teliti, responden terbanyak yaitu pelajar/mahasiswa dengan total 93 (62%),

pegawai swasta sebanyak 26 orang (18%), PNS sebanyak 8 orang (5%) dan lain – lain sebanyak 23 orang (15%).

C. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran serta deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (*mean*), median, standar deviasi, maksimum, minimum (Ghozali,2014). Analisis deskriptif berguna untuk memahami, mendeskripsikan, menerangkan data atau peristiwa yang dikumpulkan dalam suatu penelitian dan tidak sampai pada generalisasi. Analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7 – Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Median	Standard deviation	Observed Min	Observed Max
Kepuasan Pelanggan (Y)					
Y1.1	3.583	4.000	0.519	2.000	4.000
Y1.2	3.603	4.000	0.528	2.000	4.000
Y1.3	3.649	4.000	0.517	2.000	4.000
Y1.4	3.667	4.000	0.499	2.000	4.000
Y1.5	3.616	4.000	0.513	2.000	4.000
Y1.6	3.623	4.000	0.524	2.000	4.000
Y1.7	3.636	4.000	0.521	2.000	4.000
Y1.8	3.589	4.000	0.531	2.000	4.000
Y1.9	3.616	4.000	0.526	2.000	4.000
Y1.10	3.693	4.000	0.503	2.000	4.000
Rata-Rata	3.63	4.000	0.52	2.000	4.000
Kehandalan (X1)					
X1.1	3.715	4.000	0.493	2.000	4.000
X1.2	3.702	4.000	0.499	2.000	4.000
X1.3	3.669	4.000	0.536	2.000	4.000
X1.4	3.629	4.000	0.559	2.000	4.000
X1.5	3.593	4.000	0.543	2.000	4.000
Rata-Rata	3.66	4.000	0.53	2.000	4.000
Daya Tanggap (X2)					
X2.1	3.576	4.000	0.545	2.000	4.000
X2.2	3.589	4.000	0.531	2.000	4.000
X2.3	3.563	4.000	0.547	2.000	4.000
X2.4	3.609	4.000	0.527	2.000	4.000

X2.5	3.649	4.000	0.504	2.000	4.000
Rata-Rata	3.597	4.000	0.53	2.000	4.000
Jaminan (X3)					
X3.1	3.623	4.000	0.537	2.000	4.000
X3.2	3.642	4.000	0.519	2.000	4.000
X3.3	3.660	4.000	0.501	2.000	4.000
X3.4	3.636	4.000	0.521	2.000	4.000
X3.5	3.616	4.000	0.538	2.000	4.000
Rata-Rata	3.62	4.000	0.52	2.000	4.000
Empati (X4)					
X4.1	3.675	4.000	0.509	2.000	4.000
X4.2	3.616	4.000	0.513	2.000	4.000
X4.3	3.636	4.000	0.521	2.000	4.000
X4.4	3.647	4.000	0.518	2.000	4.000
X4.5	3.609	4.000	0.539	2.000	4.000
Rata-Rata	3.64	4.000	0.52	2.000	4.000
Bukti Fisik (X5)					
X5.1	3.675	4.000	0.496	2.000	4.000
X5.2	3.576	4.000	0.520	2.000	4.000
X5.3	3.570	4.000	0.534	2.000	4.000
X5.4	3.583	4.000	0.519	2.000	4.000
X5.5	3.609	4.000	0.527	2.000	4.000
Rata-Rata	3.60	4.000	0.519	2.000	4.000
Store Atmosphere (X6)					
X6.1	3.589	4.000	0.531	2.000	4.000
X6.2	3.603	4.000	0.528	2.000	4.000
X6.3	3.570	4.000	0.534	2.000	4.000
X6.4	3.583	4.000	0.556	2.000	4.000
X6.5	3.596	4.000	0.517	2.000	4.000
X6.6	3.609	4.000	0.527	2.000	4.000
X6.7	3.530	4.000	0.550	2.000	4.000
X6.8	3.596	4.000	0.517	2.000	4.000
X6.9	3.530	4.000	0.537	2.000	4.000
X6.10	3.600	4.000	0.529	2.000	4.000
Rata-Rata	3.58	4.000	0.53	2.000	4.000

Sumber – SmartPLS, olah data, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas terdapat perbandingan dari setiap variabel dimana dilihat dari nilai rata – rata (*mean*), median, standar deviasi, maksimum, minimum dengan menggunakan korelasi dari setiap variabel Sedangkan, Lind, Marchal, Wathen berpendapat analisis korelasi adalah sekumpulan teknik untuk

mengukur hubungan antara dua variabel, gagasan dasar dari analisis korelasi untuk melaporkan hubungan antara dua variabel. Variabel X (garis horizontal dalam grafik) dan variabel Y (garis vertikal dalam grafik) yang menjadi hubungan non-linear, positif atau negatif.

D. Analisis Statistik Inferensial

1. Uji Instrumen Validitas Dan Reliabilitas

Tabel 8 – Uji Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rtabel)	Composite reliability (rhitung)	Average variance extracted (AVE)
Bukti Fisik (X5)	0.851	0.852	0.893	0.627
Daya Tanggap (X2)	0.788	0.790	0.856	0.544
Empati (X4)	0.814	0.822	0.870	0.575
Jaminan (X3)	0.815	0.816	0.871	0.576
Kehandalan (X1)	0.749	0.753	0.833	0.500
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.917	0.917	0.930	0.572
Store Atmosphere (X6)	0.902	0.903	0.919	0.531

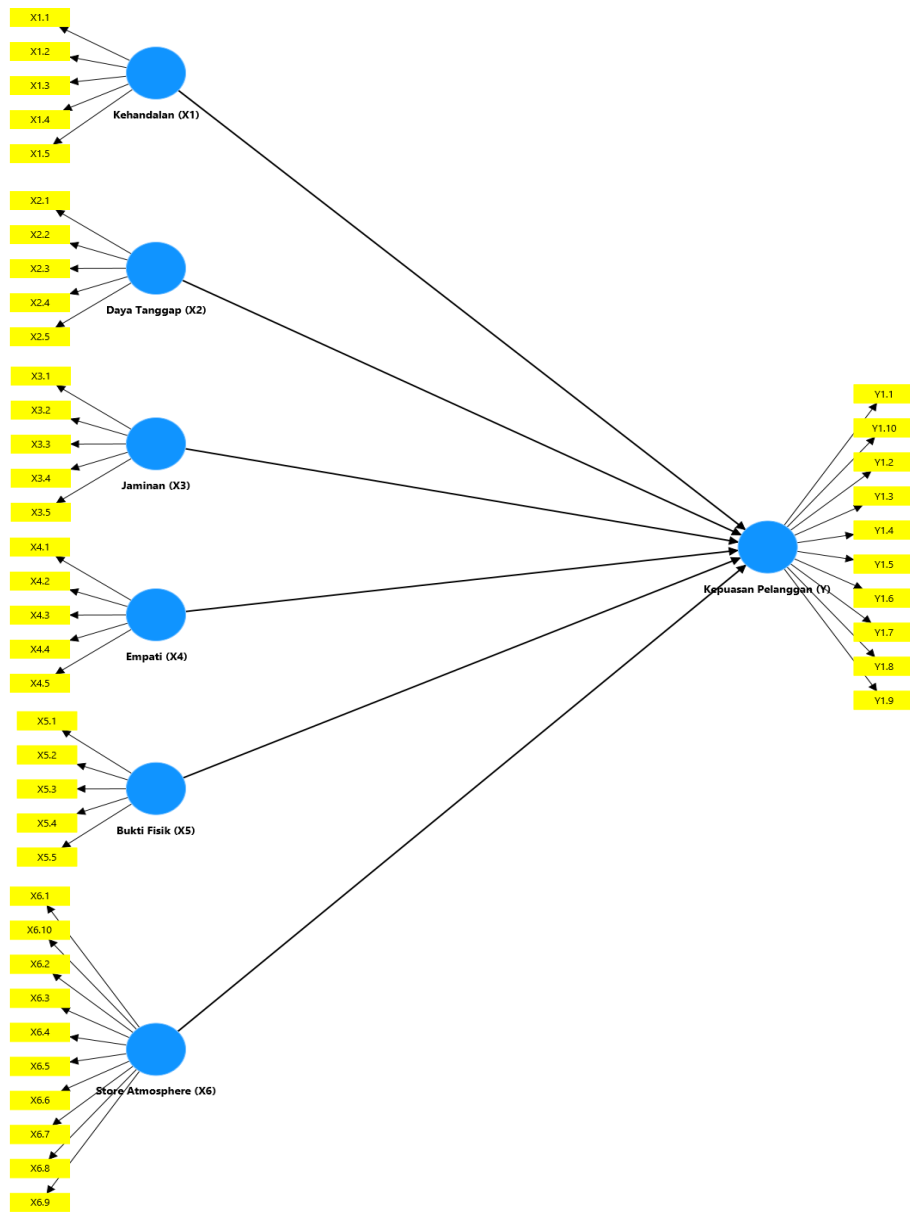
Sumber - SmartPLS, olah data, 2024

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa variabel dependen dan independen pada penelitian ini dapat dikatakan valid karena nilai rhitung > rtabel pada setiap variabel dan reliable karena nilai cronchbach's alpha > 0,60.

2. Partial Least Square (PLS)

Analisis ini merupakan analisis statistik multivariat yang mengestimasi pengaruh antara variabel secara simultan dengan tujuan studi prediksi, eksplorasi atau pengembangan model struktural (Hair et al, 2019). Evaluasi model dalam PLS terdiri dari evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural dan evaluasi kebaikan dan kecocokan model.

a. Analisa *outer model*



Gambar 4 - Output Program SmartPLS, 2024

Sumber - SmartPLS, olah data, 2024

Outer model dengan indikator reflektif dievaluasi melalui *validitas convergent* dan *discriminant* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya, Uji yang dilakukan pada outer model yaitu :

1) *Convergent Validity*: Nilai *convergent validity* dapat dilihat dari korelasi antara score item atau indikator dengan konstruknya. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi di atas 0,7, namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, nilai loading faktor 0,5 – 0,6 masih dapat diterima.

Tabel 9 - *Convergent Validity*

	Kehandala n (X1)	Daya Tanggap (X2)	Jaminan (X3)	Empati (X4)	Bukti Fisik (X5)	Store Atmosphe re (X6)	Kepuasan Pelanggan (Y)
X1.1	0.766						
X1.2	0.720						
X1.3	0.745						
X1.4	0.657						
X1.5	0.641						
X2.1		0.746					
X2.2		0.716					
X2.3		0.645					
X2.4		0.767					
X2.5		0.803					
X3.1			0.764				
X3.2			0.764				
X3.3			0.791				
X3.4			0.722				
X3.5			0.750				
X4.1				0.773			
X4.2				0.744			
X4.3				0.822			
X4.4				0.778			
X4.5				0.663			
X5.1					0.767		
X5.2					0.811		
X5.3					0.809		
X5.4					0.754		
X5.5					0.816		
X6.1						0.717	
X6.2						0.710	
X6.3						0.733	
X6.4						0.676	
X6.5						0.778	
X6.6						0.708	
X6.7						0.690	
X6.8						0.777	
X6.9						0.740	
X6.10						0.752	

Y1.1							0.706
Y1.2							0.758
Y1.3							0.722
Y1.4							0.820
Y1.5							0.793
Y1.6							0.794
Y1.7							0.725
Y1.8							0.750
Y1.9							0.711
Y1.10							0.776

Sumber – SmartPLS, olah data, 2024

Dari tabel 9 dapat di jelaskan bahwa Indikator daris variabel penelitian *reliabel* karena memiliki nilai korelasi di atas 0,7 (berwarna hijau) dan dapat dikatakan *convergent validity*, untuk nilai yang dibawah 0,7 pada riset tahap pengembangan skala, nilai loading faktor 0,5 – 0,6 masih dapat diterima dan dikatakan *convergent validity*.

2) *Discriminant Validity*: Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain.

Tabel 10 - *Discriminant Validity*

	Kehandalan (X1)	Daya Tanggap (X2)	Jaminan (X3)	Empati (X4)	Bukti Fisik (X5)	Store Atmosphere (X6)	Kepuasan Pelanggan (Y)
X1.1	0.720	0.443	0.464	0.443	0.370	0.402	0.432
X1.2	0.766	0.490	0.515	0.509	0.553	0.513	0.552
X1.3	0.745	0.432	0.546	0.437	0.448	0.490	0.478
X1.4	0.657	0.517	0.429	0.514	0.378	0.347	0.427
X1.5	0.641	0.513	0.543	0.523	0.478	0.510	0.500
X2.1	0.554	0.746	0.484	0.448	0.461	0.518	0.487
X2.2	0.518	0.716	0.602	0.557	0.460	0.524	0.494
X2.3	0.443	0.645	0.528	0.393	0.469	0.499	0.511
X2.4	0.464	0.767	0.596	0.506	0.444	0.552	0.493
X2.5	0.517	0.803	0.647	0.540	0.477	0.621	0.563
X3.1	0.582	0.589	0.764	0.530	0.551	0.603	0.563
X3.2	0.496	0.561	0.764	0.559	0.434	0.532	0.561

X3.3	0.517	0.552	0.791	0.581	0.586	0.567	0.591
X3.4	0.584	0.650	0.722	0.580	0.519	0.547	0.559
X3.5	0.516	0.604	0.750	0.558	0.507	0.592	0.565
X4.1	0.512	0.517	0.590	0.773	0.606	0.539	0.534
X4.2	0.542	0.477	0.545	0.744	0.651	0.560	0.515
X4.3	0.519	0.548	0.558	0.822	0.567	0.589	0.571
X4.4	0.545	0.496	0.621	0.778	0.610	0.582	0.622
X4.5	0.491	0.486	0.478	0.663	0.579	0.520	0.453
X5.1	0.497	0.440	0.548	0.623	0.767	0.633	0.648
X5.2	0.528	0.549	0.563	0.652	0.811	0.673	0.682
X5.3	0.543	0.491	0.569	0.635	0.809	0.657	0.641
X5.4	0.477	0.525	0.492	0.598	0.754	0.616	0.606
X5.5	0.482	0.482	0.539	0.626	0.816	0.637	0.635
X6.1	0.484	0.577	0.555	0.532	0.613	0.717	0.568
X6.10	0.547	0.540	0.528	0.605	0.610	0.752	0.622
X6.2	0.477	0.546	0.537	0.574	0.574	0.710	0.600
X6.3	0.424	0.563	0.523	0.497	0.623	0.733	0.595
X6.4	0.438	0.455	0.515	0.506	0.608	0.676	0.550
X6.5	0.438	0.546	0.530	0.520	0.560	0.778	0.613
X6.6	0.446	0.572	0.600	0.563	0.609	0.708	0.608
X6.7	0.431	0.519	0.509	0.466	0.513	0.690	0.567
X6.8	0.515	0.506	0.613	0.558	0.619	0.777	0.687
X6.9	0.506	0.569	0.541	0.541	0.600	0.740	0.652
Y.1	0.528	0.522	0.557	0.540	0.615	0.658	0.706
Y.10	0.557	0.521	0.549	0.533	0.640	0.603	0.758
Y.2	0.522	0.544	0.519	0.504	0.561	0.576	0.722
Y.3	0.502	0.495	0.605	0.554	0.649	0.659	0.820
Y.4	0.438	0.507	0.565	0.567	0.618	0.659	0.793
Y.5	0.542	0.535	0.596	0.603	0.635	0.626	0.794
Y.6	0.556	0.500	0.581	0.532	0.596	0.652	0.725
Y.7	0.494	0.585	0.590	0.568	0.597	0.645	0.750
Y.8	0.527	0.472	0.531	0.471	0.595	0.592	0.711
Y.9	0.491	0.569	0.564	0.540	0.633	0.631	0.776

Sumber - SmartPLS, olah data, 2024

3) *Average Variance Extracted* (AVE): Nilai AVE yang diharapkan $> 0,5$.

Tabel 11 - *Average Variance Extracted* (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
Kehandalan (X1)	0.5
Daya Tanggap (X2)	0.5
Jaminan (X3)	0.6
Empati (X4)	0.6
Bukti Fisik (X5)	0.6
Store Atmosphere (X6)	0.5
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.6

Sumber - SmartPLS, olah data, 2024

Sumber : Hasil perhitungan menggunakan aplikasi SPL (*Partial Least Square*)

Berdasarkan grafik *Average Variance Extracted* (AVE) gambar 5 dapat dikatakan AVE jika Nilai AVE yang diharapkan $> 0,5$. Dari grafik seluruh variabel bernilai melebihi 0,5 sehingga variabel pada penelitian dapat dikatakan *Average Variance Extracted*.

4) *Composite Reliability*: nilai *composite reliability* harus $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6 – 0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*.

Tabel 12 - *Composite Reliability*

	Composite reliability (rho_c)
Kehandalan (X1)	0.8
Daya Tanggap (X2)	0.9
Jaminan (X3)	0.9
Empati (X4)	0.9
Bukti Fisik (X5)	0.9
Store Atmosphere (X6)	0.9
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.9

Sumber - SmartPLS, olah data, 2024

5) *Cronbachs Alpha*: Nilai diharapkan $> 0,7$ untuk semua konstruk, namun untuk penelitian yang bersifat *exploratory* $> 0,6$ masih dapat diterima.

Tabel 13 - *Cronbachs Alpha*

	Cronbach's alpha
Kehandalan (X1)	0.8
Daya Tanggap (X2)	0.8
Jaminan (X3)	0.8
Empati (X4)	0.8
Bukti Fisik (X5)	0.9
Store Atmosphere (X6)	0.9
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.9

Sumber - SmartPLS, olah data, 2024

b. Analisa inner model

Pada analisa model ini adalah untuk menguji hubungan antara konstruksi laten. Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini :

1. *R Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Chin (1998) dalam Sarwono (2015) menjelaskan “kriteria batasan nilai *R square* ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substantial; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah”.

Tabel 14 – R Square

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.8	0.8

Sumber - SmartPLS, olah data, 2024

Berdasarkan tabel 14 terdapat hasil r-square kepuasan konsumen sebesar 0,8, nilai tersebut dibawah 0,19 dikatakan sebagai lemah, hasil tersebut menjelaskan bahwa 80% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan *store atmosphere*, sisanya sebanyak 20% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Dengan menggunakan *Goodness of Fit* untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dengan model struktural dimana nilai adjusted r square sebesar 0,8 dapat dikatakan GoF kecil.

2. *Effect size (F square)* untuk mengetahui kebaikan model. Menurut Chin (1998) dalam Ghozali (2015) interpretasi nilai *f square* yaitu 0,02 memiliki

pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.

Tabel 15 – Effect Size (F square)

	f-square	Besarnya Pengaruh
Kehandalan (X1) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,028	Kecil
Daya Tanggap (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,001	Kecil
Jaminan (X3) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,034	Kecil
Empati (X4) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,004	Kecil
Bukti Fisik (X5) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,135	Kecil
Store Atmosphere (X6) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,142	Kecil

Sumber - SmartPLS, olah data, 2024

Berdasarkan tabel 15 variabel independen (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan *store atmosphere*) memiliki pengaruh kecil terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

3. Pengujian hipotesis

Tabel 16- Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kehandalan (X1) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.12	0.12	0.08	1.61	0.11
Daya Tanggap (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.03	0.03	0.08	0.33	0.74
Jaminan (X3) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.17	0.17	0.08	2.20	0.03
Empati (X4) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	-0.06	-0.05	0.10	0.58	0.56
Bukti Fisik (X5) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.35	0.35	0.08	4.39	0.00
Store Atmosphere (X6) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.37	0.37	0.10	3.69	0.00

Sumber – SmartPLS, olah data, 2024

Berdasarkan tabel 10 dapat dijelaskan hasil nilai path coefficient terhadap hipotesis penelitian sebagai berikut:

- Nilai *t-statistic* dan *p-value* antara variabel kehandalan dan kepuasan pelanggan berturut-turut sebesar 1,63 dan 0,00. Nilai *t-statistic* $1,63 < 1,96$, Ditolak dan nilai *p-value* $0,11 > 0,05$, Berarti kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari nilai original sample (o) bernilai 0,12 yang menunjukkan nilai positif. sehingga disimpulkan H1

ditolak: kehandalan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.

- b. Nilai *t-statistic* dan *p-value* antara variabel daya tanggap dan kepuasan pelanggan berturut-turut sebesar 0,32 dan 0,74. Nilai *t-statistic* $0,32 < 1,96$, Ditolak dan nilai *p-value* $0,74 > 0,05$, berarti daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari nilai original sample (o) bernilai 0,03 yang menunjukkan nilai positif. sehingga disimpulkan H2 ditolak: daya tanggap tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.
- c. Nilai *t-statistic* dan *p-value* antara variabel jaminan dan kepuasan pelanggan berturut-turut sebesar 2,14 dan 0,03. Nilai *t-statistic* $2,14 > 1,96$, diterima dan nilai *p-value* $0,03 < 0,05$, Berarti jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari nilai original sample (o) bernilai 0,17 yang menunjukkan nilai positif. Sehingga disimpulkan H3 diterima: jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.
- d. Nilai *t-statistic* dan *p-value* antara variabel empati dan kepuasan pelanggan berturut-turut 0,58 dan 0,56. nilai *t-statistic* $0,58 < 1,96$, Ditolak dan nilai *p-value* $0,56 > 0,05$, Berarti empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari nilai original sample (o) bernilai -0,06 yang menunjukkan nilai negatif. Sehingga disimpulkan H4 ditolak: empati tidak berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.
- e. Nilai *t-statistic* dan *p-value* antara variabel bukti fisik dan kepuasan pelanggan berturut-turut sebesar 4,31 dan 0,00. Nilai *t-statistic* $4,31 > 1,96$, Diterima dan nilai *p-value* $0,00 < 0,05$, Berarti bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari nilai original sample (o) bernilai 0,35 yang menunjukkan nilai positif. Sehingga disimpulkan H5 diterima: bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe..
- f. Nilai *t-statistic* dan *p-value* antara variabel *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan berturut-turut sebesar 3,64 dan 0,00. Nilai *t-statistic* $3,64 > 1,96$, Diterima dan nilai *p-value* $0,00 < 0,05$, berarti *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari nilai original sample (o) bernilai 0,37 yang menunjukkan nilai positif. sehingga disimpulkan H6 ditolak: *store atmosphere* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.

Pembahasan

Tabel 17 – Rekapitulasi Hasil Penelitian

No	Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian	Interpretasi
1.	Indikator kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.	Nilai t statistik 1.63 dan p value 0.11	Hipotesis ditolak
2.	Indikator daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.	Nilai t statistik 0.32 dan p value 0.74	Hipotesis ditolak
3.	Indikator jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.	Nilai t statistik 2.14 dan p value 0.03	Hipotesis diterima
4.	Indikator empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.	Nilai t statistik 0.58 dan p value 0.56	Hipotesis ditolak
5.	Indikator bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.	Nilai t statistik 4.31 dan p value 0.00	Hipotesis diterima
6.	Indikator <i>store atmosphere</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.	Nilai t statistik 3.64 dan p value 0.00	Hipotesis diterima

Sumber – SmartPLS, olah data, 2024

Hasil penelitian menghasilkan pembabahan diantaranya:

- a. Kehandalan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.

Berdasarkan hasil yang telah diuji, H1 dinyatakan ditolak, Artinya kehandalan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe. Hal ini dinyatakan dengan nilai *t-statistic* $1,63 < 1,96$, Ditolak dan nilai *p-value* $0,11 > 0,05$. Hasil ini tidak sama dengan penelitian dari (Sondakh, 2019) yang menyatakan bahwa kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasien pada puskesmas Manado, Artinya penelitian ini kehandalan tidak menjadi fokus dalam menjadikan pelanggan puas pada Lafa cafe.

- b. Daya tanggap tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.

Berdasarkan hasil yang telah diuji, H2 dinyatakan ditolak, Artinya daya tanggap tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe. Hal ini dinyatakan dengan nilai *t-statistic* sebesar $0,32 < 1,96$, ditolak dan nilai *p-value* sebesar $0,74 > 0,05$. Hasil ini tidak sama dengan penelitian (Asep Mabur, 2021) yang menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa parkir, Artinya penelitian ini daya tanggap tidak menjadi fokus dalam menjadikan pelanggan puas pada Lafa cafe.

- c. Jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.

Berdasarkan hasil yang telah diuji, H3 dinyatakan diterima, Artinya kehandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe. Hal ini dinyatakan dengan nilai *t-statistic* sebesar $2,14 > 1,96$, diterima dan nilai *p-value* sebesar $0,03 < 0,05$. Hasil sama dengan penelitian (Billy Rolly Sondakh, 2019), yang menyatakan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasien pada puskesmas Manado, Artinya penelitian ini jaminan menjadi fokus dalam menjadikan pelanggan puas pada Lafa cafe.

- d. Empati tidak berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.

Berdasarkan hasil yang telah diuji, H4 dinyatakan ditolak, Artinya empati tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe. Hal ini dinyatakan dengan nilai *t-statistic* sebesar $0,58 < 1,96$, ditolak dan nilai *p-value* sebesar $0,56 > 0,05$. Hasil ini tidak sama dengan penelitian (Asep Mabur, 2021), yang menyatakan bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa parkir, Artinya penelitian ini empati tidak menjadi fokus dalam menjadikan pelanggan puas pada Lafa cafe.

- e. Bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.

Berdasarkan hasil yang telah diuji, H5 dinyatakan diterima, Artinya bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe. Hal ini dinyatakan dengan nilai *t-statistic* sebesar $4,31 > 1,96$, Diterima dan nilai *p-value* sebesar $0,00 < 0,05$. Hasil ini sama dengan penelitian (Robby Nur Akbar, 2016) yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, artinya penelitian ini bukti fisik menjadi fokus dalam menjadikan pelanggan puas pada Lafa cafe.

- f. *Store atmosphere* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe.

Berdasarkan hasil yang telah diuji, H6 dinyatakan diterima, artinya *store atmpshere* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa cafe. Hal ini dinyatakan dengan nilai *t-statistic* sebesar $3,64 > 1,96$, diterima dan nilai *p-value* sebesar $0,00 < 0,05$. Hasil ini tidak sama dengan penelitian (Hendarti, 2022) yang menyatakan bahwa *store atmpshere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *hello barbershop* di Karanganyar, Artinya penelitian ini *store atmpsher* menjadi fokus dalam menjadikan pelanggan puas pada Lafa café.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pada penelitian menghasilkan kualitas pelayanan tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana variabel kehandalan, dengan kesigapan dan pelayanan terhadap pelanggan dianggap kurang membuat pelanggan puas, variabel daya tanggap dalam hal kecepatan dalam bekerja dan kurangnya penawaran produk menjadikan kurangnya kepuasan pelanggan, dan empati yang dirasakan pelanggan kurang ramah, dan kurang bersedia membantu pelanggan sehingga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe, sedangkan variabel jaminan pelanggan merasa aman saat melaksanakan transaksi di Lafa cafe dan bukti fisik yang dirasakan pelanggan berupa kondisi kerapihan cafe sehingga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe, selain variabel-variabel kualitas pelayanan *store atmosphere* kurang dalam kepuasan pelanggan dari segi jalur yang mudah diakses karena terletak di dalam lingkungan tengah kota sehingga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lafa Cafe.

Lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini memiliki banyak merek dan produk yang bersaing di pasar baik barang maupun jasa, yang berarti pelanggan memiliki beragam pilihan. Suasana baik yang diciptakan oleh suatu bisnis di mata pelanggan akan semakin nyaman suasana yang di hadirkan sehingga semakin nyaman pula pelanggan

Saran

Penelitian ini penulis merasa masih banyak kekurangan sehingga diharapkan pembahasan dan kesimpulan yang dapat disampaikan untuk Lafa Cafe, agar tetap konsisten dalam memberikan jaminan, bukti fisik dan *store atmosphere* terhadap pelanggan untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggannya, dan terus menambah kehandalan dari segi lafa cafe lebih sigap, cepat dan efisien dalam memberikan pelayanan, dalam segi daya tanggap diharapkan lebih aktif menawarkan promo, lebih teliti dalam menjelaskan produk, lebih baik dalam membantu kesulitan pelanggan dan mengetahui keinginan pelanggan dan empati kepada pelanggan dengan cara memberikan kesan ramah, mau bantuan terhadap kesulitan pelanggan dan memberikan informasi yang jelas untuk meingkatkan kepuasan pelanggan lafa

cafe. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan berbagai macam variabel lainnya agra lebih meluas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Berman. (2010). *Retail management: A strategic approach*. Upper Saddle River: Prentice Hall International.
- Irianto, A. (2015). *Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya)*. Jakarta.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehalindo
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service, Quality & Satisfaction* (Yogyakarta: CV Andi Offset)
- Levy, M (2012). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Erlangga.
- Kristiana, Maria (2017). Pengaruh store atmosphere dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen cafe heerlijk gelato perpustakaan Bank Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Muhammad Rheza Alfin, S. N. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*.
- Riaz, H. (2016). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*.
- Satrya, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan KFC. *Jurnal Manajemen*.
- Schlooser. (1998). Applying the functional theory of attitudes to understanding the influence of store inferences. *Journal of Consumer Psychology*, 345 - 369.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumayyah, I. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada 404 eatery and coffe, jakarta timur. *Jurnal ADMINISTRASI BISNIS*, 21 - 28.

Zeithaml. (2009). *Service Marketing*. Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuisisioner Penelitian

A. Pendahuluan

Dengan hormat,

Kuisisioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Di Lihat Dari Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere pada Lafa Cafe”. Yang merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi program D4 Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam. Untuk itu peneliti memohon bantuan kepada saudara/saudari untuk bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebenar - benarnya. Terimakasih atas ketersediannya untuk mengisi kuisisioner ini. Data yang diperoleh akan digunakan hanya untuk keperluan penelitian

Hormat Saya,

Laura Anggela SC
4121911087

B. Identitas Responden

Nama : (boleh tidak diisi)

Jenis Kelamin : Perempuan/Laki-laki (coret yang tidak perlu)

Umur : (Pilih salah satu)

- a. ≤ 15 tahun
- b. 16-20 tahun
- c. 21-25 tahun
- d. ≥ 26 tahun

Pekerjaan :

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. Pegawai Swasta
- c. PNS
- d. Lain – lain

Sudah berapa kali melakukan pembelian di Lafa Cafe :

- a. 1 Kali
- b. 2 Kali
- c. 3 Kali atau lebih

C. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (X atau \surd) pada jawaban anda. Kriteria penilaian yaitu sebagai berikut

Sangat Setuju	= 1
Tidak Setuju	= 2
Setuju	= 3
Sangat Tidak Setuju	= 4

D. Daftar Pertanyaan

Kualitas Pelayanan					
Kehandalan					
No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Karyawan Lafa Cafe sigap dalam melayani konsumen				
2	Karyawan Lafa Cafe dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen				
3	Karyawan Lafa Cafe tepat waktu				
4	Karyawan Lafa Café mengantarkan pesanan sesuai dengan pesanan				
5	Lafa Café selalu buka tepat waktu				
Daya Tanggap					
No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Pelayanan karyawan Lafa Cafe cepat				
2	Karyawan Lafa Cafe menawarkan promo yang ada di Lafa Cafe				
3	Karyawan Lafa Cafe tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak dimengerti pelanggan				
4	Karyawan Lafa Café cepat dalam membantu pelanggan yang kesusahan				
5	Karyawan Lafa Café peka dalam Kebutuhan konsumen				
Jaminan					
No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Pelanggan merasa aman saat bertransaksi di Lafa Cafe				
2	Karyawan Lafa Cafe tidak pernah lupa memberikan struk pembelian				
3	Karyawan Lafa Café menjamin pesanan yang diantarkan tidak rusak atau tidak sesuai pesanan				
4	Karyawan Lafa Café menjaga privasi pelanggan saat pembayaran				
5	Karyawan Lafa Café menjamin keamanan kendaraan pelanggan				
Empati					
No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Karyawan Lafa Cafe melayani dengan ramah				
2	Karyawan Lafa Cafe salam sapa kepada pelanggan				
3	Karyawan Lafa Café bersedia membantu keperluan pelanggan				
4	Karyawan Lafa Café tidak pernah bersikap kasar				

5	Karyawan Lafa Café selalu memberikan informasi yang mudah di pahami pelanggan				
Bukti Fisik					
No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Kondisi ruangan Lafa Cafe tertata rapi dan bersih				
2	Penampilan karyawan Lafa Cafe rapi				
3	Karyawan Lafa Café memiliki keterampilan yang baik				
4	Karyawan Lafa Café selalu memberikan senyuman dan sapaan kepada pelanggan				
5	Toilet Lafa Café bersih dan nyaman di pakai				

Store Atmosphere					
<i>In – store atmosphere</i>					
No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Desain interior dalam ruangan Lafa Cafe kekinian				
2	Model arsitektur Lafa Cafe terlihat artistik				
3	Tempat duduk di Lafa Cafe ditata dengan artistik				
4	Lafa Cafe memiliki desain interior yang unik dan menarik				
5	Lafa Cafe memiliki etalase yang unik dan ditata dengan menarik				
<i>Out – Store Atmosphere</i>					
1	Lafa Cafe memiliki tempat parkir yang luas				
2	Lafa Cafe memiliki tempat parkir yang aman				
3	Papan nama tulisan Lafa Café terlihat jelas sehingga mudah untuk mencari lokasi Lafa Café				
4	Desain ekstretior luar ruangan Lafa Cafe kekinian				
5	Pintu masuk Lafa Café memudahkan akses keluar masuk pelanggan				

Kepuasan Pelayanan					
No	Pertanyaan	1	2	3	4
1	Konsumen merasa puas dan bersedia untuk terus datang di Lafa Cafe				
2	Konsumen bersedia untuk melakukan pembelian ulang di Lafa Cafe				
3	Konsumen bersedia untuk merekomendasikan Cafe ini kepada orang				
4	Konsumen bersedia untuk datang kembali dengan membawa teman				

5	Menu yang ada di Lafa Cafe sesuai dengan harapan konsumen				
6	Fasilitas yang ada di Lafa Cafe sesuai dengan harapan konsumen				
7	Lafa Cafe cocok sebagai tempat berkumpul				
8	Lafa Cafe cepat dalam menanggapi komplain yang saya ajukan				
9	Lafa Cafe memenuhi harapan saya				
10	Secara keseluruhan saya puas dengan Lafa Cafe				