



KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI DAMPAK DARI SUASANA TOKO KEDAI KAWANI ANTAPANI BANDUNG (STUDI KASUS PADA KEDAI KAWANI)

Mochammad Noor Arif¹, Harry Nugraha²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi
Digital Bandung

mochammad10120313@digitechuniversity.ac.id¹,
harrynugraha@digitechuniversity.ac.id²

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi suasana toko dan kepuasan konsumen pada Kedai Kawani. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan dua variabel. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen Kedai Kawani. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linear sederhana dengan uji f dan uji t. Hasil perhitungan uji f dan uji t menyatakan bahwa variabel Suasana toko (x) dan kepuasan konsumen (y) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, dikarenakan memiliki nilai fhitung lebih tinggi dibandingkan ftabel ($104,410 > 3,35$). Sehingga dapat disimpulkan hipotesis diterima. Variabel suasana toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dikarenakan memiliki nilai signifikansi $10,218 > 0,05$. Sedangkan suasana toko berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dikarenakan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Keywords: Suasana toko, Kepuasan Konsumen, dan Kedai Kawani

PENDAHULUAN

Meningkatnya perkembangan bisnis menjadi semakin ketat baik di pasar domestik, maupun pasar internasional. Di Indonesia sendiri persaingan bisnis ini membuka peluang dan acuan bagi perusahaan yang berlangsung ditengah air. Peluang untuk mengembangkan pasar produknya, dan tantangan untuk dapat bersaing dengan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama.

Coffe shop merupakan tempat yang menjual olahan kopi dilengkapi dengan tempat yang nyaman dan kursi untuk duduk berlama-lama. Kegiatan ini tercatat pertama kali ada di turki pada tahun 1475 yang kemudian turki dikenal sebagai negara yang menyajikan kopi hitam tanpa penyaringan. Kemudian coffe shop menjamur ke eropa hingga akhirnya menyebar di negara-negara asia dan sampai ke indonesia.

Kedai kawani adalah sebuah kedai kopi yang menjual kopi, susu murni maupun rasa, dan makanan ringan. Kedai Kawani terletak di Jl. Terusan Jakarta, Antapani Wetan, Kec. Antapani, Kota Bandung, Jawa Barat 40291.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “ Bagaimana pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kawani Antapani Bandung?”.

Penelitian ini dimaksud untuk mengungkapkan seberapa besar kepuasan konsumen sebagai dampak dari suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

- a. Untuk mengetahui suasana toko di Kedai Kawani
- b. Untuk mengetahui kepuasan konsumen di Kedai kawani

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Sitta Nurhajjah, Rohadatul Aisy, dan Isti Riana Dewi, 2021, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon, dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen pada Business Centre SMKN 1 Lemahabang Cirebon”. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut (Hasibuan 2017, p.10) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar aktif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Menurut (Kotler & Keller dalam Hidayat, 2020:174) menyatakan “store atmosphere adalah desain lingkungan yang merancang respon emosional dan persepsi pelanggan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian serta untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk.

Menurut (Kotler dan Keller 2012) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Engel et. Al., (2010) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) yang sama atau melebihi harapan

dari konsumen, sedangkan ketidakpuasan akan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen (Priansa,2017:196).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif yang mana menggunakan sebuah data yang telah dikumpulkan dan diuji secara statistik. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen Kedai Kawani. Dengan kriteria sebagai berikut : pengunjung dan konsumen Kedai Kawani,

Penentuan sampel penelitian ini menggunakan kuesioner. Ukuran sampel minimum diperoleh dalam penelitian ini yaitu 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden, sehingga berdasarkan penarikan sampel tersebut menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Kedai Kawani

Kedai Kawani Antapani Bandung merupakan sebuah tempat nongkrong kekinian atau coffe shop dikawasan Kota Bandung dengan area cukup luas. Bangunan tua yang direnovasi menjadi cafe yang menjadikan tempat satu ini menjadi unik dan tempat hangout kekinian, dan yang pastinya tempat tersebut mempunyai desain atau konsep yang instagramable. Tidak hanya bangunannya saja yang menarik, akan tetapi menu yang ditawarkan cukup lengkap ditambah dengan pelayanan yang baik tentunya akan membuat betah para pengunjung di Kedai Kawani ini.

Berdasarkan hasil penjualan emas di toko perhiasan Naga Akbar selama 3 tahun sebagai berikut :

Tabel 1.
Tabulasi Jawaban Responden Variabel Suasana Toko (x)

No Pertanyaan	Setuju	Cukup Setuju	tidak setuju	Jumlah
	5	4	3	
1	61	36	3	458
2	54	41	5	449
3	48	38	14	434
4	45	43	12	433
5	47	47	6	441
6	39	43	18	421
7	42	43	15	427
Jumlah				3063
Rata-Rata				437,9

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden untuk semua pertanyaan dapat dikatakan baik karena berada pada range ke satu, karena sebagian besar responden memberikan penilaian tinggi terhadap variabel suasana toko. Rata-rata skor jawaban variabel suasana toko diperoleh sebesar 437,9. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 2.
Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No Pertanyaan	Setuju	Cukup Setuju	tidak setuju	Jumlah
	5	4	3	
1	46	50	4	442
2	48	43	9	424
3	47	48	5	442
4	51	37	12	439
5	56	34	10	446
6	45	46	9	436
Jumlah				2629
Rata-Rata				438,2

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen dengan pernyataan sebagian besar memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel kepuasan konsumen dengan nilai rata-rata 438.2 dalam kategori sangat baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen berpengaruh.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

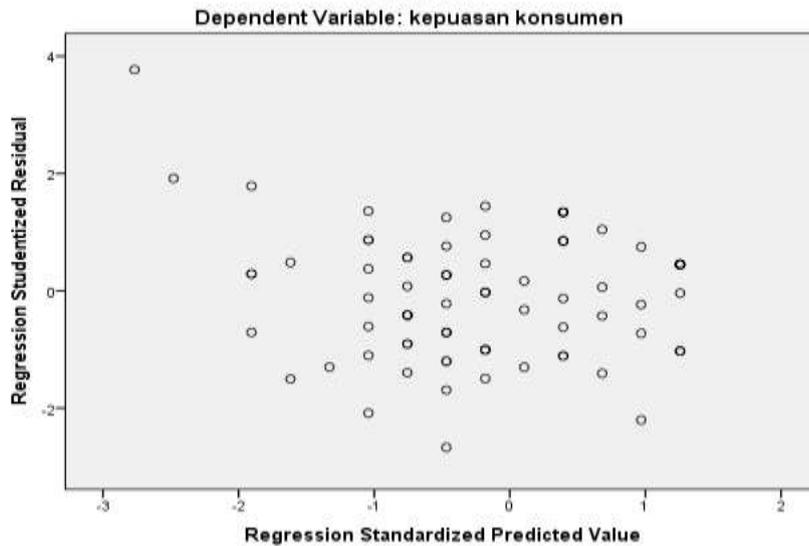
Berdasarkan hasil pada tabel 4.3 diatas , menunjukkan bahwa nilai diatas $>0,10$ dan tolerance value diatas $> 0,10$ maka terjadi multikolinieritas, Interpretasinya : Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa nilai VIF variabel suasana toko (x) adalah 1.000 dan nilai tolerance value $1.000 > 0,10$ maka data tersebut terjadi multikolinieritas. Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik normal probability plot-nya sebagai berikut :

Gambar 1. Grafik Normal Probability Plot

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,891	1,827		4,319	,000		
suasana toko	,606	,059	,718	10,218	,000	1,000	1,000

Scatterplot



Uji Regresi Linear

Tabel 4. Coefficients
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,891	1,827		4,319	,000
	suasana toko x	,606	,059	,718	10,218	,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen y

1. Model persamaan Regresi

$$Y = 7,891 (a) + 0,606 (x) + e$$

Model persamaan regresi tersebut bermakna :

- Constanta (a) = 7,891 artinya apabila suasana toko atau tetap, maka kepuasan konsumen sebesar 7,891.

- Koefisien arah regresi / p (x) = 0,606 (bernilai positif) artinya, apabila suasana toko meningkat satu (1) satuan, maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,606.

2. Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Pengujian Hipotesis
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,891	1,827		4,319	,000
	suasana toko x	,606	,059	,718	10,218	,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen y

1. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$

2. Nilai t-hitung $>$ t-tabel ($10,218 > 1,660$)

Berdasarkan 2 dasar pengambilan keputusan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya semakin tinggi tingkat suasana toko yang dilakukan, maka kuantitas kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Uji T

Tabel 6. Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,891	1,827		4,319	,000
	suasana toko	,606	,059	,718	10,218	,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

a. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel x terhadap y

b. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t table maka tidak terdapat pengaruh variabel x terhadap y

1) Merumuskan hipotesis

Ha : 1 = 0, maka tidak terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen

H0 : 1 = 1, maka terdapat pengaruh signifikan suasana toko terhadap kepuasan konsumen

2) Kepuasan pelanggan

- Jika t hitung < tabel atau sig > 0,05 maka Ha di terima

- Jika t hitung > tabel atau sig < 0,05 maka H0 di tolak.

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	439,822	1	439,822	104,410	,000 ^b
	Residual	412,818	98	4,212		
	Total	852,640	99			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), suasana toko

Uji simultan ditunjukkan dengan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 104,410, sedangkan rumus hitung f tabel (k;n-k) yaitu (3,94). Untuk uji simultan menggunakan nilai sig. Sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05, hal ini berarti variabel independen antara variabel suasana toko terhadap kepuasan konsumen dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

KESIMPULAN

1. Penilaian suasana toko oleh responden kedai kawani berdasarkan garis kontinum berada pada kategori cukup baik. Terdapat pada beberapa hal yang dinilai kurang pada suasana toko yaitu dimensi eksterior (bagian luar toko), esxterior terdiri dari, bagian depan toko meliputi pintu masuk dan konstruksi Gedung, papan nama, pintu masuk hal ini menjelaskan kemudahan memasuki pintu masuk cafe di Kedai Kawani belum mampu membuat konsumen merasa puas.
2. Kepuasan Konsumen di Kedai Kawani berada pada kategori cukup baik. Pada kepuasan konsumen dimensi minat berkunjung kembali, memiliki nilai rata-rata yang terendah hal ini menjelaskan bahwa Kedai Kawani belum mampu membuat para konsumen nya mampu atau mau dengan senang hati untuk berkunjung kembali ke Kedai Kawani.
3. Suasana Toko tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kawani, bertolak belakang dengan hipotesis yang dirumuskan. Di lain sisi perusahaan perlu membuat konsumen puas, dengan memberikan fasilitas yang terbaik untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

REFERENSI

- Ghozali, Imam, dan Dwi Ratmono. (2018). Analisis Multivariant Dan Ekonometrika Dengan Eviews 10. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, H. A., Roushandy Asri Fardani, J. U., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. Repository.Uinsu.Ac.Id.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. (Sutopo, Ed.) (Edisi 2). Bandung: Alfabeta
- Suardhita, N., Rafik, A., & Bina Sarana Informatika Jakarta, U. (2019). pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan pembelian produk bedak merek wardah irwin sukrisno sugeng (Vol. 3, Issue 1).
- Yulinda, A. T., & Iskandar, F. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Kitaro Pada Agen Kitaro Toko Arra Kecamatan Pino Raya Kabupaten.