



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis
Program Sarjana

Terakreditasi UNGGUL

SK BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Store Atmosphere dan Price Fairness terhadap
Kepuasan Pelanggan
Studi Kasus Coffee and Beyond di kota Pekalongan

Skripsi

Oleh

Cindy Harianto

NPM

6081901002

Bandung

2022



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis
Program Sarjana

Terakreditasi UNGGUL

SK BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Store Atmosphere dan Price Fairness terhadap
Kepuasan Pelanggan
Studi Kasus Coffee and Beyond di kota Pekalongan

Skripsi

Oleh

Cindy Harianto

NPM

6081901002

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Cindy Harianto
Nomor Pokok : 6081901002
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Price Fairness* terhadap Kepuasan Pelanggan cafe Coffee and Beyond di Pekalongan

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 13 Januari 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dian Sadeli, S.E., M.Ak

: _____

Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

: _____

Anggota

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M

: _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Cindy Harianto
NPM : 6081901002
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Price Fairness*
terhadap Kepuasan Pelanggan pada cafe Coffee and Beyond di
kota Pekalongan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 2 Januari 2023

Tanda Tangan



Cindy Harianto

ABSTRAK

Nama : Cindy Harianto
NPM : 6081901002
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Price Fairness*
terhadap Kepuasan Pelanggan pada cafe Coffee and
Beyond di kota Pekalongan

Dengan adanya pandemi covid19 tentunya membawa dampak bagi berbagai sektor perekonomian di Indonesia. Namun seiring dengan perkembangan waktu, masyarakat sudah mulai beradaptasi sehingga perekonomian di Indonesia mulai kembali pulih, termasuk juga pada sektor industri makanan dan minuman. Sektor industri makanan dan minuman tiap tahunnya mengalami kenaikan, sehingga dengan ini para pelaku bisnis perlu untuk memikirkan berbagai macam strategi untuk dapat mempertahankan dan juga mengembangkan bisnisnya diantara banyak pesaing dalam industri ini. Salah satu usaha yang sedang berjuang dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya adalah cafe Coffee and Beyond di kota Pekalongan. Dalam usaha untuk mempertahankan usahanya, Coffee and Beyond berupaya dengan menyediakan suasana toko yang nyaman dan juga memberikan penawaran harga yang cukup baik. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* (X1) dan *price fairness* (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Coffee and Beyond.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dalam proses pengolahan data. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yang disebarkan kepada 185 responden dengan kriteria pernah melakukan pembelian di cafe Coffee and Beyond dengan total 28 pernyataan yang diajukan. Kemudian setelah data terkumpul, data diolah menggunakan *software IBM SPSS statistics 26* sebagai alat bantu dalam proses pengolahan data.

Berdasar dari hasil pengujian, ditemukan hasil bahwa variable *store atmosphere* dan *price fairness* memiliki pengaruh positif baik itu secara simultan ataupun parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan pada cafe Coffee and Beyond di kota Pekalongan.

Rekomendasi dari penulis walaupun terbukti bahwa *store atmosphere* dan *price fairness* memiliki pengaruh positif bagi kepuasan pelanggan di cafe Coffee and Beyond, pemilik usaha tersebut tetap perlu untuk mempertahankan kualitas yang dimiliki supaya cafe tersebut tetap dapat bersaing di masyarakat.

Kata Kunci: *store atmosphere*, *price fairness*, kepuasan pelangga

ABSTRACT

Name : Cindy Harianto
Student ID : 6081901002
Title : *Influence of Store Atmosphere and Price Fairness to Customer Satisfaction in Coffee and Beyond Cafe at Pekalongan*

The COVID-19 pandemic has certainly had an impact on various economic sectors in Indonesia. However, over time, people have started to adapt, so the economy in Indonesia is starting to recover, including in the food and beverage industry sector. The food and beverage industry sector has increased every year, so with this, business people need to think about various strategies to be able to maintain and also develop their businesses among the many competitors in this industry. One of the businesses that is currently struggling to maintain and develop its business is the Coffee and Beyond café in the city of Pekalongan. To maintain its business, Coffee and Beyond strives to provide a comfortable store atmosphere and offers quite good prices. The purpose of this study was to determine the effect of store atmosphere (X1) and price fairness (X2) on customer satisfaction (Y) at Coffee and Beyond.

This research is quantitative and uses multiple linear regression analysis methods in the data processing. Sampling was carried out using a purposive sampling technique and was distributed to 185 respondents who met the criteria of having made purchases at Coffee and Beyond cafes, with a total of 28 statements submitted. Then, after the data is collected, the data is processed using IBM SPSS Statistics 26 as a tool in the data processing.

Based on the test results, it was found that the store atmosphere and price fairness variables had a positive effect simultaneously or partially on customer satisfaction at the Coffee and Beyond café in Pekalongan City.

Recommendations from the author: even though it is proven that store atmosphere and price fairness positively influence customer satisfaction at Coffee and Beyond cafes, the business owner still needs to maintain the quality they have so that the café can still compete in society.

Keywords: store atmosphere, price fairness, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat penyertaan dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Price Fairness* terhadap Kepuasan Pelanggan pada café Coffee and Beyond di kota Pekalongan”. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami berbagai proses dan juga hambatan, baik itu dari luar ataupun dari dalam diri penulis. Namun, berkat adanya dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, sehingga dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah senantiasa memberikan hikmah pertolongan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 dengan lancar.
2. Keluarga tercinta, mulai dari kedua orangtua, kakak, dan adik penulis yang telah senantiasa memberikan doa, dukungan, serta berbagai fasilitas mulai dari awal perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
4. Steven Tandean, yang selalu memberikan dukungan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
5. Maria Angela Setiawan, Samuel Federico, Cornelius Williams Lie, Gathan Pramana Allesando, Bryan Justin Suntoso yang selalu memberikan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Laurensia Belinda, Feliana Averina Hadi, Stevani Sanjaya, Veronica Yuliani yang selalu memberikan dukungan dan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi

7. Seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi untuk membantu penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, penulis berharap untuk mendapatkan kritik dan saran yang dapat membangun dari berbagai pihak. Dengan ini, penulis juga berharap bahwa dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan juga wawasan bagi para pembaca dan juga pihak lainnya.

Bandung, 29 Desember 2022



Cindy Harianto

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1	1
PERMASALAHAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Permasalahan.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Objek Penelitian	10
BAB 2	18
KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....	18
2.1. Teori dan Konsep	18
2.1.1 <i>Store Atmosphere</i>	18
2.1.1.1 Definisi <i>Store Atmosphere</i>	18
2.1.1.2 Manfaat <i>Store Atmosphere</i>	19
2.1.1.3 Pengukuran <i>Store Atmosphere</i>	20
2.1.2 Price Fairness	25
2.1.2.1 Definisi <i>Price Fairness</i>	26
2.1.2.2 Manfaat <i>Price Fairness</i>	27
2.1.2.3 Pengukuran <i>Price Fairness</i>	28
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	29
2.1.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	29
2.1.3.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	31
2.1.3.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	33
2.1.4 Hubungan antar Variabel.....	35
2.1.4.1 Hubungan antara variabel <i>Store Atmosphere</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	35

2.1.4.2 Hubungan antara variabel Price Fairness dengan Kepuasan Pelanggan	36
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	38
2.1.6 Model Penelitian.....	40
2.2. Metodologi	41
2.2.1 Pengertian Metode Penelitian.....	41
2.2.2 Jenis Penelitian	42
2.2.3 Teknik Pengumpulan Data	42
2.2.4 Populasi dan Sampel	44
2.2.4.1 Populasi.....	44
2.2.4.2 Sampel	45
2.2.5 Variabel Penelitian	47
2.2.6 Operasionalisasi Variabel.....	48
2.2.7 Instrumen Penelitian.....	51
2.2.8 Teknik Analisis Data	53
2.2.8.1 Uji Validitas	53
2.2.8.2 Uji Reliabilitas.....	54
2.2.8.3 Uji Asumsi Klasik	55
2.2.8.3.1 Uji Normalitas.....	55
2.2.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas	55
2.2.8.3.3 Uji Multikolinearitas.....	56
2.2.8.4 Uji Regresi Linear Berganda	57
2.2.8.5 Uji Simultan (Uji Statistik F).....	58
2.2.8.6 Uji Parsial (Uji Statistik T).....	59
2.2.8.7 Koefisien Determinasi	59
BAB 3	61
HASIL DAN TEMUAN	61
3.1. Hasil Penelitian.....	61
3.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
3.2.1 Deksripsi Profil Responden	61
3.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.2.3 Analisis Deskriptif	71

3.2.4 Tanggapan Responden	73
3.2.4.1 Tanggapan Responden terhadap dimensi Exterior pada variabel Store Atmosphere	73
3.2.4.2 Tanggapan Responden terhadap dimensi General Interior pada variabel Store Atmosphere.....	75
3.2.4.3 Tanggapan Responden terhadap dimensi <i>Store Layout</i> pada variabel <i>Store Atmosphere</i>	80
3.2.4.4 Tanggapan Responden terhadap Price Fairness.....	81
3.2.4.5 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan.....	84
3.2.5 Uji Asumsi Klasik	87
3.2.5.1 Uji Normalitas.....	87
3.2.5.2 Uji Multikolinearitas.....	89
3.2.5.3 Uji Heterokedastisitas	90
3.2.6 Uji Hipotesis.....	92
3.2.6.1 Uji Simultan (Uji F).....	92
3.2.6.2 Uji Parsial (Uji t).....	94
3.2.7 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	96
3.2.8 Koefisien Determinasi	98
3.3. Temuan.....	99
BAB 4	102
KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI	102
4.1. Kesimpulan.....	102
4.2. Rekomendasi	104
4.3. Implikasi	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Rumah Makan di Kota Pekalongan	2
Tabel 1. 2 Persentase Pendapatan Coffee and Beyond	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Variabel	48
Tabel 2. 3 Skala Likert	53
Tabel 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	62
Tabel 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	64
Tabel 3. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	64
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Store Atmosphere, Price Fairness, dan Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas 155 Responden Variabel Store Atmosphere, Price Fairness, dan Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas terhadap 30 Responden	70
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas terhadap 155 Responden	70
Tabel 3. 10 Interval dan Kategori	72
Tabel 3. 11 Rata-rata Hitung Dimensi Exterior	73
Tabel 3. 12 Rata-rata Hitung Dimensi <i>General Interior</i>	75
Tabel 3. 13 Rata-rata Hitung Dimensi <i>Store Layout</i>	80
Tabel 3. 14 Rata-rata Hitung <i>Price Fairness</i>	82
Tabel 3. 15 Rata-rata Hitung Variabel Kepuasan Pelanggan.....	84
Tabel 3. 16 Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 3. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 3. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91
Tabel 3. 19 Hasil Uji F	93
Tabel 3. 20 Hasil Uji t	95
Tabel 3. 21 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	96
Tabel 3. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Menu Makanan Coffee and Beyond.....	10
Gambar 1. 2 Menu Makanan Coffee and Beyond.....	11
Gambar 1. 3 Menu Makanan Coffee and Beyond.....	11
Gambar 1. 4 Menu Makanan Coffee and Beyond.....	12
Gambar 1. 5 Menu Minuman Coffee and Beyond.....	12
Gambar 1. 6 Menu Minuman Coffee and Beyond.....	13
Gambar 1. 7 Menu Minuman Coffee and Beyond.....	13
Gambar 1. 8 Exterior Cafe Coffee and Beyond	14
Gambar 1. 9 Interior Cafe Coffee and Beyond	14
Gambar 1. 10 Interior Cafe Coffee and Beyond	14
Gambar 1. 11 Semi-outdoor Cafe Coffee and Beyond	15
Gambar 1. 12 Outdoor Cafe Coffee and Beyond.....	15
Gambar 1. 13 Google review Coffee and Beyond	16
Gambar 1. 14 Google review Coffee and Beyond	16
Gambar 1. 15 Google review Coffee and Beyond	16
Gambar 2. 1 Model Penelitian	40

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel 6. 1 Kuesioner bagian Store Atmosphere dimensi Exterior.....	110
Tabel 6. 2 Kuesioner bagian Store Atmosphere dimensi General Interior	111
Tabel 6. 3 Kuesioner bagian Store Atmosphere dimensi Store Layout	112
Tabel 6. 4 Tabel Induk Hasil Jawaban Responden	112
Tabel 6. 5 Tabel Induk Hasil Jawaban Responden	118
Tabel 6. 6 Tabel Induk Hasil Jawaban Responden	124
Tabel 6. 7 Tabel Induk Hasil Jawaban Responden	130
Tabel 6. 8 Tabel Induk Hasil Jawaban Responden	136
Tabel 6. 9 Tabel Coding Umur	142
Tabel 6. 10 Tabel Coding Jenis Kelamin	142
Tabel 6. 11 Tabel Coding Pekerjaan	142
Tabel 6. 12 Tabel Coding Pendapatan	142
Tabel 6. 13 Tabel Coding Domisili.....	143
Tabel 6. 14 Tabel Coding Alternatif Jawaban	143

BAB 1

PERMASALAHAN

1.1 Latar Belakang

Adanya pandemi covid19 yang sebelumnya sempat mengacaukan perekonomian hampir di seluruh negara, menyebabkan perekonomian di beberapa negara menurun, termasuk juga di Indonesia. Namun, pada tahun 2022 ini perekonomian di Indonesia sudah mulai pulih, hal ini didukung dengan adanya data dari Badan Pusat Statistik (2022) yang mengatakan bahwa perekonomian di Indonesia tahun 2022 ini mengalami pertumbuhan, mulai dari Triwulan I-2022 yang mengalami pertumbuhan sebesar 5,01% dibandingkan dengan Triwulan I-2021 dan juga mengalami pertumbuhan pada Triwulan II-2022 yaitu sebesar 5,44% dibandingkan dengan Triwulan II-2021. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi ini tentunya juga membawa pengaruh bagi beberapa sektor bisnis di Indonesia, seperti pada sektor perdagangan, sektor makanan dan minuman, sektor industri, dan lain sebagainya.

Sektor makanan dan minuman di Indonesia termasuk salah satu bidang industri yang mengalami pertumbuhan di tahun 2022 ini. Mengutip dari Kemenparekraf (2022), dikatakan bahwa industri makanan dan minuman mengalami peningkatan pada bulan Januari hingga bulan Juni sebesar 9%. Dengan adanya peningkatan ini tentunya membawa dampak yang cukup bagus bagi perekonomian di Indonesia, dimana hal ini juga terjadi di kota Pekalongan. Melansir data dari Badan Pusat Statistik (2020) industri makanan dan minuman di kota Pekalongan juga mengalami kenaikan dari tahun 2016

hingga 2019, dengan tabel data jumlah industri makanan dan minuman dibawah ini :

Tabel 1. 1 Data Jumlah Rumah Makan di Kota Pekalongan

Kecamatan + Kota	Banyaknya Restoran / Rumah Makan			
	2016	2017	2018	2019
Pekalongan Barat	29	66	98	123
Pekalongan Timur	2	87	92	123
Pekalongan Selatan	8	4	7	9
Pekalongan Utara	59	29	32	49
Kota Pekalongan	176	186	229	318

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Pertumbuhan pada sektor industri makanan dan minuman di Indonesia dapat kita jumpai juga dengan melihat semakin banyaknya cafe di banyak kota, termasuk juga di kota Pekalongan. Lebih lanjut lagi, hadirnya sebuah cafe di kalangan masyarakat ini dapat menjadi sebuah sarana bagi para masyarakat untuk berkumpul menghabiskan waktu, seperti bekerja, mengerjakan tugas, kegiatan interaksi sosial, atau memang sekedar hanya ingin berkumpul menghabiskan waktu bersama dengan teman. Tidak jarang juga cafe digunakan untuk menghabiskan waktu seorang diri, misalnya saja dengan membaca buku.

Melihat dari adanya pertumbuhan ekonomi di kota Pekalongan sebesar 3,59% pada tahun 2021 (Muthia, 2022) menandakan semakin banyak pelaku bisnis di kota ini. Kemudian didorong dengan adanya kebiasaan dan gaya hidup yang konsumtif di masyarakat, membuat banyak pelaku bisnis tertarik untuk

ikut terjun dalam industri ini, terlebih lagi hal ini dapat menjadi peluang pasar yang menjanjikan bagi mereka. Selain itu, melihat semakin banyak pelaku bisnis yang terjun dalam industri ini, maka semakin ketat juga persaingan yang akan dihadapi oleh mereka. Misalnya saja yang semula hanya bersaing pada produk makanan, minuman, ataupun harga produk tersebut, sekarang tidak cukup karena banyak cafe-cafe lain yang mulai bersaing terhadap hal-hal tersebut. Melihat dari hal ini, para pelaku bisnis juga secara tidak langsung dituntut untuk berpikir secara kreatif dan inovatif untuk mampu menciptakan cafe yang dapat bersaing dalam masyarakat. Para pelaku bisnis harus mampu menciptakan cafe yang dapat menarik minat masyarakat untuk terus datang dan menjadi salah satu cafe yang banyak digemari oleh para konsumen mereka nantinya.

Melihat dari semakin banyak tantangan bisnis yang akan dihadapi, maka pelaku bisnis juga harus mempersiapkan berbagai strategi untuk dapat menarik minat masyarakat, salah satunya dengan menciptakan *store atmosphere* yang unik dan berbeda dengan cafe lainnya. Setiap cafe tentunya harus memiliki ciri khasnya tersendiri untuk dapat menarik minat datang pelanggan, misalnya saja dari segi desain bangunan yang unik, kekhasan produk yang dimiliki, dan atau lain sebagainya. Dengan begitu, *Store Atmosphere* dapat menjadi salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mampu menjangkau calon konsumen maupun mempertahankan konsumen lama. Selain itu, *store atmosphere* juga dapat menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam suatu bisnis kuliner. Menurut Berman dan Evan (2018),

pengertian dari *store atmosphere* itu sendiri adalah sebuah karakteristik fisik dari sebuah toko yang dipergunakan untuk memberikan kesan dan juga untuk menarik pelanggan. Karakteristik fisik yang dimaksud dari sebuah toko itu dapat berupa *exterior*, *interior*, penataan toko, hingga *display* toko. Lebih dalam lagi, didalam karakteristik fisik itu terdapat elemen-elemen lagi yang mempengaruhi didalamnya, seperti aroma ruangan, aroma, pencahayaan, dan lain sebagainya.

Berikutnya, harga juga menjadi salah satu hal yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Para pelanggan tentunya juga akan menilai terkait harga yang diberikan dengan produk atau jasa yang diberikan kepada mereka. Selain itu, kewajaran harga juga berpengaruh terhadap bagaimana keputusan para pelanggan kedepannya, dalam artian jika mereka puas dengan biaya yang mereka keluarkan, maka mereka dengan suka rela akan kembali untuk mendapatkan produk atau jasa dengan mengeluarkan biaya yang setara. Sebaliknya, jika mereka tidak puas maka mereka tidak akan kembali untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut, terlebih lagi jika harga yang diberikan cenderung tidak sebanding dengan produk atau jasa yang pelanggan terima. Selain itu, jika dari harga tersebut mereka merasa terpuaskan juga tentunya hal tersebut akan berpengaruh terhadap pembelian jangka panjang kepada perusahaan.

Lebih lanjut lagi, kepuasan konsumen juga menjadi salah satu faktor sukses dan berkembangnya suatu bisnis. Hal ini dapat dikatakan demikian karena jika pelanggan kita puas atas produk atau layanan yang kita berikan,

maka besar kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan kembali untuk melakukan pembelian lagi. Selain itu, pengertian dari kepuasan pelanggan menurut Keller & Kotler (2012) adalah sebuah perasaan seseorang baik itu senang ataupun kecewa yang muncul setelah membandingkan hasil kinerja produk yang dirasakan terhadap yang diharapkan. Jika setelah membandingkan hasil kerja dengan yang diharapkan hasilnya adalah bagus, maka konsumen akan merasa puas atas apa yang didapatkan. Begitu juga sebaliknya, jika seseorang telah mengharapkan mendapatkan produk atau kinerja yang bagus, namun yang terjadi adalah sebaliknya, maka yang terjadi adalah perasaan kecewa atau ketidakpuasan seseorang.

Untuk dapat menggapai kepuasan konsumen, tentunya dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan menciptakan *store atmosphere* yang dapat memberikan kesan yang nyaman bagi para konsumen ketika berkunjung ke suatu cafe. Selain *store atmosphere*, *price fairness* atau kewajaran harga juga berpengaruh dalam menciptakan sebuah kepuasan pelanggan. Selain mempertimbangkan produk yang dimiliki, para pelaku bisnis juga dapat memperhatikan *store atmosphere* dan juga *price fairness* sebagai faktor untuk menunjang kepuasan konsumen. Salah satu contoh cafe yang juga memperhatikan *store atmosphere* dan juga *price fairness* yang dimiliki adalah cafe Coffee and Beyond, yang berada di kota Pekalongan. Coffee and Beyond merupakan sebuah cafe yang sudah beroperasi sejak tanggal 1 Juli 2015, dimana cafe ini termasuk salah satu cafe yang dapat bersaing hingga waktu sekarang. Selain itu cafe ini juga memiliki jenis menu produk yang beragam,

dan juga memiliki bentuk bangunan yang cukup menarik karena memiliki konsep bangunan “industrial”. Kemudian, Coffee and Beyond juga menawarkan tempat untuk menikmati suasana di cafe ini mulai dari *indoor*, *semi-outdoor*, dan *outdoor*. Dari segi *exterior* cafe ini, bangunannya diselimuti dengan batu bata berwarna merah dengan corong asap di atasnya yang menambah kesan “industrial”nya, kemudian dari segi *interior* yang dihiasi dengan lampu yang tidak terlalu terang, kemudian ada sisi tembok yang *unfinished* yang menambah kesan “industrial” bangunan cafe ini lebih terasa lagi.

Coffee and Beyond tidak hanya sekedar ingin menawarkan produk yang mereka miliki, namun mereka juga ingin menciptakan bagaimana konsumen dapat merasa nyaman dan hangat jika berada di cafe ini. Coffee and Beyond mendesain sedemikian rupa hingga dapat menciptakan suasana yang hangat seperti berada di ruang keluarga bagi semua kalangan, baik itu anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Lebih lanjut lagi, banyak dari masyarakat sering menggunakan Coffee and Beyond sebagai sarana bagi mereka untuk melakukan suatu kegiatan, seperti merayakan hari-hari penting, mulai dari acara ulang tahun, tahun baru, hari raya, ataupun kegiatan pekerjaan seperti adanya *meeting* dengan klien. Dengan ini, untuk dapat meraih kepuasan pelanggan, Coffee and Beyond ingin menciptakan dan meningkatkan *store atmosphere* yang dapat menarik minat orang untuk terus datang ke cafe mereka, didukung karena tempat yang menarik dan juga nyaman untuk

melakukan kegiatan mereka, dan juga produk makanan dan minuman yang tidak kalah enak.

Tabel 1. 2 Persentase Pendapatan Coffee and Beyond

Bulan	Persentase Pendapatan
Januari	-19,85%
Februari	-7,33%
Maret	15,95%
April	47,28%
Mei	-27,64%
Juni	9,80%
Juli	-6,42%
Agustus	-5,99%

Sumber : Coffee and Beyond

Tabel diatas merupakan persentase pendapatan Coffee and Beyond dengan perbandingan antara penghasilan tiap bulannya dengan penghasilan bulan sebelumnya. Penghasilan setiap bulannya cenderung fluktuatif, dan terjadi peningkatan pada bulan Maret, April, dan juga Juni. Jika dikilas balik, pada bulan tersebut terdapat hari libur yaitu hari raya lebaran, dan juga libur semester sekolah yang dapat menyebabkan terjadinya peningkatan penjualan pada cafe ini.

Namun melihat dari adanya penurunan penjualan pada beberapa bulan, menyebabkan pemilik bisnis juga ingin mengetahui faktor apa yang menyebabkan hal tersebut dapat terjadi. Melihat dari tahun berdiri yang sudah cukup lama, pemilik ingin mengetahui apakah *store atmosphere* yang diciptakan oleh cafe ini

mampu menciptakan kepuasan pelanggan atau tidak, dan juga terkait harga yang ditawarkan apakah mampu membuat konsumen merasa puas akan hal yang didapatkan.

1.2. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan paparan latar belakang pada bagian sebelumnya, dikatakan bahwa jika ingin mengembangkan suatu bisnis, salah satu caranya dapat dilakukan dengan mencapai kepuasan konsumen. Namun, untuk mencapai kepuasan konsumen tentunya perlu dilakukan berbagai macam strategi, yaitu dengan menciptakan *store atmosphere* yang nyaman dan juga memberikan harga yang wajar kepada konsumen, dimana kedua hal ini dapat dijadikan sebagai sebuah sarana bagi sebuah cafe Coffee and Beyond untuk dapat membuat pelanggan mereka merasa puas.

Coffee and Beyond telah berupaya untuk dapat menciptakan *store atmosphere* cafenya supaya pelanggan dapat merasa nyaman dan hangat ketika berada di cafe ini. Lebih lanjut lagi, Coffee and Beyond juga memperhatikan dari segala sisi untuk dapat tercipta sebuah *store atmosphere* yang nyaman bagi para pelanggan mereka, mulai dari segi bangunannya, *interior*, lahan parkir, kebersihan, pemilihan, penataan, dan jarak antara meja dan kursinya, dan lain sebagainya yang mereka upayakan untuk dapat meraih kepuasan pelanggan mereka. Selain itu, tidak hanya *store atmosphere* cafe Coffee and Beyond saja yang dapat membuat pelanggan mereka puas, namun dari segi kewajaran harga juga memiliki

pengaruh, yaitu perbandingan dari harga yang ditawarkan dengan produk dan layanan yang diterima apakah sebanding atau tidak. Namun, dari banyaknya elemen pada *store atmosphere*, dan juga harga yang ditawarkan oleh Coffee and Beyond, tentunya tidak semua konsumen merasa bahwa kedua hal tersebut memiliki dampak untuk terciptanya sebuah kepuasan para pelanggan. Dengan ini, berdasar dari penjabaran sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Coffee and Beyond?
2. Apakah *price fairness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Coffee and Beyond?

Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul :

“Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Price Fairness* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Coffee and Beyond di kota Pekalongan”.

1.3. Tujuan Penelitian

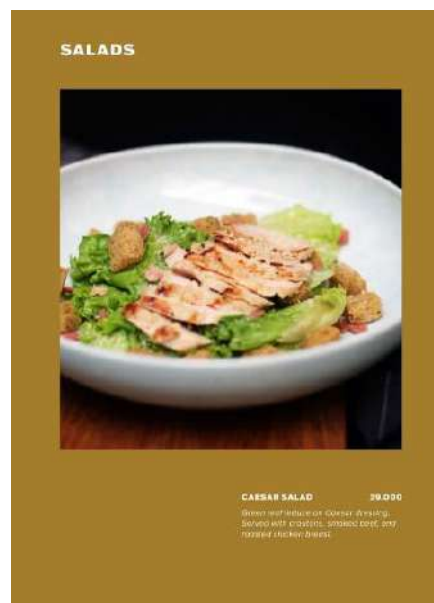
Tujuan dilakukannya penelitian ini berdasar dari identifikasi masalah diatas adalah untuk :

1. Mengetahui bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Coffee and Beyond di kota Pekalongan.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh *price fairness* terhadap kepuasan pelanggan pada Coffee and Beyond di kota Pekalongan.

1.4. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cafe coffee and beyond*, yang berlokasi di Jalan Diponegoro Nomor 15, Dukuh, Kecamatan Pekalongan Utara, Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Waktu buka cafe ini setiap hari yaitu dari hari senin hingga minggu, mulai pukul 10.00 - 23.00 WIB. Lebih lanjut, cafe ini mulai sudah beroperasi sejak 1 Juli 2015 hingga saat ini.

Cafe Coffee and Beyond ini menyediakan beragam tawaran menu mulai dari menu makanan Indonesia, Asia, hingga Barat, dengan tawaran menu minuman mulai dari kopi dan non kopi. Kemudian untuk produk yang dimilikipun juga beragam, mulai dari makanan ringan, manis, hingga makanan berat pun ada. Berikut adalah beberapa contoh menu makanan dan minuman yang ditawarkan oleh cafe ini:



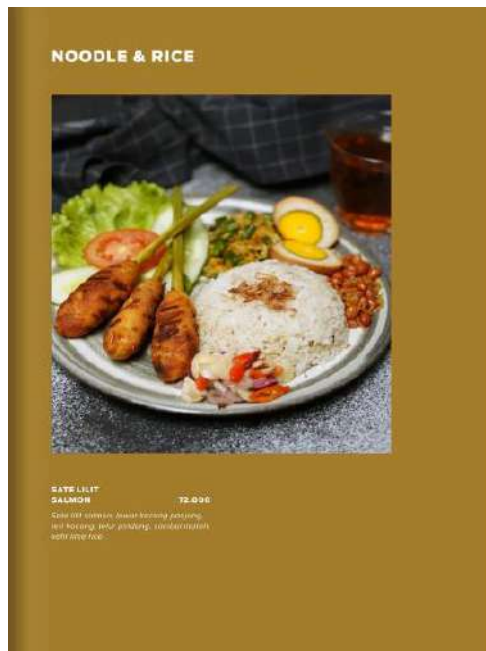
Gambar 1. 1 Menu Makanan Coffee and Beyond



Gambar 1. 2 Menu Makanan Coffee and Beyond



Gambar 1. 3 Menu Makanan Coffee and Beyond



Gambar 1. 4 Menu Makanan Coffee and Beyond



Gambar 1. 5 Menu Minuman Coffee and Beyond



Gambar 1. 6 Menu Minuman Coffee and Beyond



Gambar 1. 7 Menu Minuman Coffee and Beyond

Gambar diatas merupakan contoh beberapa dari menu yang ditawarkan oleh Coffee and Beyond beserta harga yang diberikan. Produk yang paling menonjol dari Coffee and Beyond adalah menu kopinya, karena mereka memiliki visi untuk menjadi *top of mind* ketika orang mencari tempat untuk

menikmati kopi di Pekalongan, dengan menciptakan suasana yang hangat dan nyaman ditambah dengan perpaduan produk kopi yang nikmat sehingga para pelanggan dapat memaknai kopi itu sendiri lebih dalam bersama dengan orang tersayang.



Gambar 1. 8 Exterior Cafe Coffee and Beyond



Gambar 1. 9 Interior Cafe Coffee and Beyond



Gambar 1. 10 Interior Cafe Coffee and Beyond



Gambar 1. 11 Semi-outdoor Cafe Coffee and Beyond

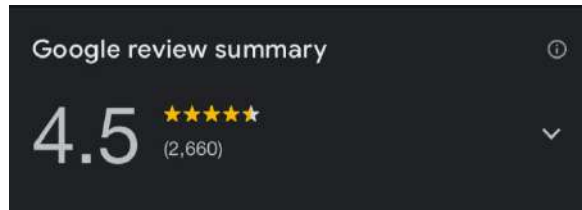


Gambar 1. 12 Outdoor Cafe Coffee and Beyond

Sumber : Instagram Coffee and Beyond

Gambar diatas merupakan bagaimana *store atmosphere* dari cafe ini tercipta, mulai dari sisi *exterior* hingga *interior* dari cafe ini. Lebih lanjut, cafe ini juga dapat dikatakan sebagai salah salah satu pencipta cafe di kota Pekalongan dengan konsep cafe yang sebenarnya, karena memiliki bentuk bangunan yang dapat dikatakan cukup baik dengan tawaran menu yang

menarik. Selain itu, berikut juga dipaparkan beberapa ulasan dari pelanggan terkait pengalaman di cafe ini:



Gambar 1. 13 Google review Coffee and Beyond



Gambar 1. 14 Google review Coffee and Beyond



Gambar 1. 15 Google review Coffee and Beyond

Gambar diatas merupakan beberapa ulasan dari pelanggan terkait pengalaman bersantap di cafe ini, dan dapat dikatakan juga bahwa banyak

dari pelanggan merasa terpuaskan akan pengalaman untuk bersantap di cafe ini, mulai dari segi kualitas makanan hingga pelayanan pegawai.