



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

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO:468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh Store Atmosphere terhadap Customer Emotion
di Cafe Kalpa Tree Bandung

Skripsi

Oleh

Evan Hartanto

2015320025

Bandung

2019



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

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO:468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh Store Atmosphere terhadap Customer Emotion
di Cafe Kalpa Tree Bandung

Skripsi

Oleh

Evan Hartanto

2015320025

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Evan Hartanto
Nomor Pokok : 2015320025
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Emotion* di Cafe Kalpa Tree Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 10 Januari 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil. : _____

Sekretaris

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

Anggota

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M. : _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Evan Hartanto

NPM : 2015320025

Jurusan / Program studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer*

Emotion di Cafe Kalpa Tree Bandung

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 yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

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, 5 Desember 2018

Evan Hartanto

ABSTRAK

Nama : Evan Hartanto

NPM : 2015320025

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Emotion* di Cafe Kalpa Tree Bandung

Kalpa Tree merupakan cafe yang terkenal di Bandung, yang berdiri pada tahun 2017 dan beroperasi di jalan kiputih ini menjual berbagai macam makanan dan minuman. Kalpa Tree menawarkan suasana yang nyaman dan pemandangan yang indah bagi pengunjungnya. Cafe ini mengalami peningkatan jumlah pengunjung yang dapat dilihat dari grafik pengunjung bulan maret 2018 dan bulan agustus 2018 dan dari hasil observasi penulis dari bulan maret sampai desember 2018.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis ke 20 responden, hasil yang didapatkan adalah banyak orang yang merasa bahwa Cafe Kalpa Tree ini memiliki *store atmosphere* yang bagus dan menarik. Selain itu, banyak orang yang juga merasa keadaan emosional mereka terpengaruh oleh suasana di cafe ini sehingga mereka senang ketika berada di cafe ini. Tapi hal ini perlu dibuktikan melalui penelitian tentang pengaruh *store atmosphere* terhadap *customer emotion*.

Berdasarkan judul penelitian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh *store atmosphere* terhadap *customer emotion* di Cafe Kalpa Tree Bandung.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal, dan metode yang digunakan adalah metode penelitian survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 200 responden, dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *customer emotion* di Cafe Kalpa Tree Bandung.

Kata Kunci : *Store Atmosphere, Customer Emotion*

ABSTRACT

Name : Evan Hartanto

NPM : 2015320025

Title : *The Influence of Store Atmosphere on Customer Emotion in Cafe Kalpa Tree Bandung*

Kalpa Tree is a famous cafe in Bandung, which was established in 2017 and operates on Kiputih street selling various kinds of food and beverages. Kalpa Tree offers a comfortable atmosphere and beautiful scenery for visitors. This cafe has increased the number of visitors that can be seen from the graph of visitors in March 2018 and August 2018 and from the results of the author's observation from March to December 2018.

Referring to the interview to 20 respondents, it is known that Cafe Kalpa Tree has a good and interesting store atmosphere. In addition, many people also feel that their emotional state is affected by the atmosphere at this cafe so they are happy when they are in this cafe. But this needs to be proven through research on the influence of store atmosphere on customer emotion.

Based on the research title, the purpose of this research is to find out whether there is an effect of store atmosphere on customer emotion in Cafe Kalpa Tree Bandung.

This type of research is causal research, and the method used is survey research methods. The sampling technique in this research was conducted by accidental sampling technique. The data were collected by distributing questionnaires to 200 respondents, and the data analysis technique used is simple linear regression.

The result of this study shows that store atmosphere has a significant effect on customer emotion in Cafe Kalpa Tree Bandung.

Keywords : Store Atmosphere, Customer Emotion

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Judul skripsi yang diajukan penulis adalah “Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Emotion* di Cafe Kalpa Tree Bandung”. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak pengarahan, bantuan, serta semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis hendak menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan kekuatan, mukjizat, kesehatan, berkat, dan kasih yang sangat melimpah. Tanpa Tuhan Yesus penulis tidak bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Ibu Dr. Nia Juliawati selaku dosen wali penulis.
5. Ibu Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu serta membimbing penulis selama menyusun skripsi dengan penuh kesabaran. Terimakasih atas semua waktu, tenaga, pikiran, dan motivasi yang telah diberikan untuk memperluas pengetahuan dan wawasan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Albert M.P.L. Tobing, ST., MAB. Selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
7. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
8. Kak Nita dan Kak Sifa selaku Marketing di Cafe Kalpa Tree Bandung yang telah membantu penulis baik dari perijinan, wawancara, dan hal-hal lain mengenai Kalpa Tree yang dibutuhkan oleh penulis dengan sangat baik.
9. Orangtua yang ikut membantu dan mendukung penulis baik secara materi, moral, maupun doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Adik tercinta Jonathan yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan perhatian.
10. Grup belajar yaitu Hudy, Wongso, Teddy, dan Morrisio. Teman dekat penulis yang selalu menemani penulis dengan memberi bantuan dan dukungan yang besar dalam masa perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
11. Teman-teman ADBIS angkatan 2015 (Willy, Owen, Arief, Jeremmy, Osmond, Chandra, Hendry, Mei, Dodi, Sarah, Vladia, Samantha, Nancy, Agoy, Bobby,

Marvian, Inneke, Theo, Bimo Widyatama, Vivin, Sharon, Nathan, Love, Angel, Oswell, dan banyak lagi yang tidak dapat penulis sebutkan) dan Teman ADBIS angkatan 2016 yaitu Sharon Chrystabelle yang telah membantu dan menjadi teman belajar selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap agar penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Bandung, 5 Desember 2018

Evan Hartanto

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Objek Penelitian | 8 |
| BAB 2 KERANGKA TEORI | 9 |
| 2.1 Store Atmosphere | 9 |
| 2.1.1 Definisi Store Atmosphere..... | 9 |
| 2.1.2 Manfaat Store Atmosphere | 10 |
| 2.1.3 Elemen Store Atmosphere | 11 |
| 2.2 Customer Emotion..... | 25 |
| 2.2.1 Definisi Emosi | 26 |
| 2.2.2 Dimensi Emosi..... | 27 |
| 2.3 Hubungan Store Atmosphere dengan Customer Emotion | 28 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu..... | 29 |
| 2.5 Hipotesis | 32 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN..... | 33 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 33 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 33 |
| 3.3 Model Penelitian..... | 34 |

| | |
|--|-----------|
| 3.4 Operasionalisasi Variabel | 35 |
| 3.5 Populasi dan Sampling | 39 |
| 3.5.1 Populasi..... | 39 |
| 3.5.2 Sampling | 40 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 3.7 Skala Pengukuran | 42 |
| 3.8 Teknik Analisis Data | 43 |
| 3.8.1 Uji Validitas | 43 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas | 45 |
| 3.8.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval | 46 |
| 3.8.4 Uji Asumsi Klasik..... | 47 |
| 3.8.5 Analisis Regresi Linear Sederhana | 49 |
| 3.8.6 Analisis Koefisien Korelasi | 51 |
| 3.8.7 Analisis Koefisien Determinasi | 51 |
| 3.8.8 Pengujian Hipotesis | 52 |
| BAB 4 OBJEK PENELITIAN..... | 55 |
| 4.1 Sejarah dan Profil Cafe Kalpa Tree..... | 55 |
| 4.2 Arti Nama dan Gambar Logo Kalpa Tree | 61 |
| 4.3 Visi dan Misi Cafe Kalpa Tree | 61 |
| 4.4 Bagan Organisasi dan Uraian Tugas | 62 |
| BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 64 |
| 5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas | 64 |
| 5.1.1 Uji Validitas..... | 65 |
| 5.1.2 Uji Reliabilitas | 67 |
| 5.2 Analisis Deskriptif Data Diri Responden | 68 |
| 5.3 Tanggapan Responden dan Kategorisasi Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Customer Emotion</i> | 74 |
| 5.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i> | 75 |
| 5.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Customer Emotion</i> | 115 |
| 5.4 Analisis Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Customer Emotion</i> | 127 |
| 5.4.1 Uji Asumsi Klasik..... | 127 |

| | |
|---|------------|
| 5.4.2 Analisis Regresi Linear Sederhana | 131 |
| 5.4.3 Analisis Korelasi..... | 133 |
| 5.4.4 Koefisien Determinasi | 134 |
| 5.4.5 Pengujian Hipotesis | 135 |
| BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN | 139 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 139 |
| 6.2 Saran | 140 |
| DAFTAR PUSTAKA | 142 |
| LAMPIRAN..... | 145 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1.1 Grafik Pengunjung bulan Maret 2018..... | 3 |
| Gambar 1.2 Grafik Pengunjung bulan Agustus 2018 | 4 |
| Gambar 3.1 Model Penelitian | 34 |
| Gambar 4.1 Tampak depan Cafe Kalpa Tree..... | 56 |
| Gambar 4.2 Spot Favorit Cafe Kalpa Tree..... | 57 |
| Gambar 4.3 Area Indoor Cafe Kalpa Tree | 58 |
| Gambar 4.4 Area Semioutdoor Cafe Kalpa Tree | 58 |
| Gambar 4.5 Area Outdoor Cafe Kalpa Tree | 59 |
| Gambar 4.6 Menu Cafe Kalpa Tree | 60 |
| Gambar 4.7 Logo Kalpa Tree..... | 61 |
| Gambar 4.8 Bagan Organisasi Cafe Kalpa Tree | 62 |
| Gambar 5.1 Garis Kontinum Dimensi <i>Exterior</i> | 84 |
| Gambar 5.2 Garis Kontinum Dimensi <i>General Interior</i> | 103 |
| Gambar 5.3 Garis Kontinum Dimensi <i>Store Layout</i> | 106 |
| Gambar 5.4 Garis Kontinum Dimensi <i>Interior Display</i> | 110 |
| Gambar 5.5 Garis Kontinum Variabel <i>Store Atmosphere</i> | 115 |
| Gambar 5.6 Garis Kontinum Dimensi <i>Pleasure</i> | 118 |
| Gambar 5.7 Garis Kontinum Dimensi <i>Arousal</i> | 121 |
| Gambar 5.8 Garis Kontinum Dimensi <i>Dominance</i> | 124 |
| Gambar 5.9 Garis Kontinum Variabel <i>Customer Emotion</i> | 126 |
| Gambar 5.10 Uji Normalitas P-P Plot..... | 129 |
| Gambar 5.11 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatter Plot</i> | 130 |
| Gambar 5.12 Kurva Uji-t | 138 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Hasil Wawancara | 6 |
| Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel <i>Store Atmosphere</i> | 36 |
| Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel <i>Customer Emotion</i> | 38 |
| Tabel 3.3 Tabel Bobot Nilai | 41 |
| Tabel 3.4 Kriteria Jawaban dan Penilaian Responden | 43 |
| Tabel 3.5 Pedoman untuk Interpretasi Koefisien Korelasi | 51 |
| Tabel 5.1 Hasil Pengujian Validitas | 65 |
| Tabel 5.2 Hasil Pengujian Reliabilitas | 67 |
| Tabel 5.3 Jenis Kelamin Responden | 68 |
| Tabel 5.4 Usia Responden..... | 69 |
| Tabel 5.5 Pekerjaan Responden | 69 |
| Tabel 5.6 Jumlah Kunjungan Responden | 70 |
| Tabel 5.7 Pendapatan per Bulan Responden..... | 70 |
| Tabel 5.8 Asal Kota Responden..... | 71 |
| Tabel 5.9 Responden Datang Dengan Siapa | 72 |
| Tabel 5.10 Kunjungan Terakhir Responden | 73 |
| Tabel 5.11 Kriteria Penilaian Variabel..... | 74 |
| Tabel 5.12 Desain Cafe Kalpa Tree Terlihat Menarik..... | 75 |
| Tabel 5.13 Papan Nama Cafe Kalpa Tree Terlihat Jelas | 76 |
| Tabel 5.14 Papan Nama Cafe Kalpa Tree Memiliki Desain yang Menarik..... | 76 |
| Tabel 5.15 Logo Cafe Kalpa Tree Menarik Perhatian | 77 |
| Tabel 5.16 Pintu Masuk Cafe Kalpa Tree Nyaman untuk Masuk dan Keluar Cafe | 78 |
| Tabel 5.17 Tinggi Langit-langit Cafe Kalpa Tree Membuat Cafe Terasa Lebih Luas | 78 |
| Tabel 5.18 Cafe Kalpa Tree Memiliki Desain Bangunan yang Unik | 79 |
| Tabel 5.19 Keamanan Kendaraan Saat Parkir Terjamin..... | 80 |
| Tabel 5.20 Lokasi Parkir Dekat dengan Cafe | 81 |
| Tabel 5.21 Cafe Kalpa Tree Memiliki Tempat Parkir yang Luas..... | 82 |
| Tabel 5.22 Penilaian Responden Mengenai Dimensi <i>Exterior</i> | 83 |
| Tabel 5.23 Desain dan Warna Lantai Cafe Kalpa Tree Terlihat Menarik | 85 |
| Tabel 5.24 Pencahayaan Cafe Kalpa Tree Mampu Meningkatkan Daya Tarik Cafe | 86 |
| Tabel 5.25 Aroma Masakan Menggugah Selera | 87 |
| Tabel 5.26 Musik yang Dimainkan di Cafe Kalpa Tree Membuat Saya Betah di Dalamnya | 88 |
| Tabel 5.27 Peralatan di Cafe Kalpa Tree Terlihat Menarik..... | 89 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 5.28 Tekstur Dinding di Cafe Kalpa Tree Terlihat Menarik..... | 89 |
| Tabel 5.29 Suhu Udara di Cafe Kalpa Tree Sejuk | 90 |
| Tabel 5.30 Lorong Cafe Kalpa Tree Luas dan Tidak Berdesakan..... | 91 |
| Tabel 5.31 Cafe Kalpa Tree telah Menggunakan Tiap Sudut Ruangan yang ada dengan Baik..... | 92 |
| Tabel 5.32 Pegawai Cafe Kalpa Tree Melayani dengan Sopan | 93 |
| Tabel 5.33 Pegawai Cafe Kalpa Tree Berpenampilan Rapi..... | 93 |
| Tabel 5.34 Pegawai Cafe Kalpa Tree Memiliki Pengetahuan tentang Produk yang Baik | 94 |
| Tabel 5.35 Penempatan Lokasi Kasir Memudahkan Transaksi | 95 |
| Tabel 5.36 Proses Pembayaran yang Menggunakan Kartu Debit/Kredit Memudahkan Pembayaran | 96 |
| Tabel 5.37 Wifi Cafe Kalpa Tree Membuat Saya Semakin Betah Makan dan Minum Disini | 97 |
| Tabel 5.38 Kebersihan Cafe Kalpa Tree Terjaga..... | 98 |
| Tabel 5.39 Fasilitas Cafe (Wastafel dan WC) Terlihat Bersih..... | 99 |
| Tabel 5.40 Penilaian Responden Mengenai Dimensi <i>General Interior</i> | 100 |
| Tabel 5.41 Jarak Antara Meja dengan Meja Lainnya Memudahkan Saya untuk Lewat..... | 103 |
| Tabel 5.42 Kursi yang Tersedia di Cafe Kalpa Tree Nyaman Ditempati | 104 |
| Tabel 5.43 Penilaian Responden Mengenai Dimensi <i>Store Layout</i> | 105 |
| Tabel 5.44 Tema atau Dekorasi Ruangan (Seperti Tema Hari Raya Natal, Tahun Baru, dll) yang di Dekor Cafe Menarik Konsumen | 107 |
| Tabel 5.45 Desain Tanda Petunjuk Kasir dan Toilet Terlihat Jelas..... | 108 |
| Tabel 5.46 Penilaian Responden Mengenai Dimensi <i>Interior Display</i> | 109 |
| Tabel 5.47 Penilaian Responden Mengenai Variabel <i>Store Atmosphere</i> | 111 |
| Tabel 5.48 Saya Merasa Senang Saat Berada di Cafe Kalpa Tree..... | 116 |
| Tabel 5.49 Saya Merasa Puas dengan apa yang telah Diberikan Cafe Kalpa Tree | 116 |
| Tabel 5.50 Penilaian Responden Mengenai Dimensi <i>Pleasure</i> | 117 |
| Tabel 5.51 Saya Merasa Tertarik untuk Mengunjungi Cafe Kalpa Tree | 119 |
| Tabel 5.52 Penilaian Responden Mengenai Dimensi <i>Arousal</i> | 120 |
| Tabel 5.53 Saya Merasa Bebas untuk Melakukan Sesuatu di Cafe Kalpa Tree . | 122 |
| Tabel 5.54 Penilaian Responden Mengenai Dimensi <i>Dominance</i> | 123 |
| Tabel 5.55 Penilaian Responden Mengenai Variabel <i>Customer Emotion</i> | 125 |
| Tabel 5.56 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov | 128 |
| Tabel 5.57 Hasil Uji Glejser | 131 |
| Tabel 5.58 Analisis Regresi Linear Sederhana | 132 |
| Tabel 5.59 Hasil Uji Korelasi..... | 133 |
| Tabel 5.60 Tabel Interpretasi Korelasi..... | 134 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 5.61 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 135 |
| Tabel 5.62 Hasil Uji t | 136 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Hasil SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 145 |
| Lampiran 2 Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik | 150 |
| Lampiran 3 Hasil SPSS Uji T | 152 |
| Lampiran 4 Kuesioner..... | 153 |
| Lampiran 5 Tabel <i>Product Moment</i> | 155 |
| Lampiran 6 Hasil Wawancara dengan <i>Marketing Cafe Kalpa Tree Bandung</i> | 156 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis berkembang sangat pesat di berbagai negara, khususnya di negara Indonesia. Indonesia memiliki banyak kota yang potensial untuk menjalankan berbagai jenis bisnis, salah satunya kota Bandung. Bandung merupakan salah satu kota wisata yang potensial bagi para pelaku bisnis untuk melancarkan suatu bentuk usaha karena kota Bandung adalah salah satu daerah yang memiliki daya tarik bagi para wisatawan baik lokal maupun mancanegara¹. Kota Bandung memiliki banyak pesona dalam pariwisata mulai dari wisata alam, belanja, hingga kuliner. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang marak di Kota Bandung². Berdasarkan pengamatan penulis, saat ini terdapat banyak cafe di kota Bandung, namun perubahan gaya hidup, selera dan tata cara dalam menikmati atau mengkonsumsi makanan pada masyarakat, membawa banyak pengusaha kuliner kepada ide-ide baru mengenai cafe yang dianggap lebih modern dan akan lebih disukai.

Salah satu cafe yang hadir diantara banyak cafe yang ada di Kota Bandung adalah Kalpa Tree. Kalpa Tree merupakan sebuah cafe di Bandung yang baru *soft opening* pada tanggal 15 Agustus 2017 dan berlokasi di Jalan Kiputih No.37,

¹ Pemerintah Provinsi Jawa Barat, “*Indeks Pariwisata Kota Bandung Salah Satu Tertinggi di Indonesia*”, <http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/26881/2018/01/12/Indeks-Pariwisata-Kota-Bandung-Salah-Satu-Tertinggi-di-Indonesia> (diakses pada 4 september 2018, pukul 5.45).

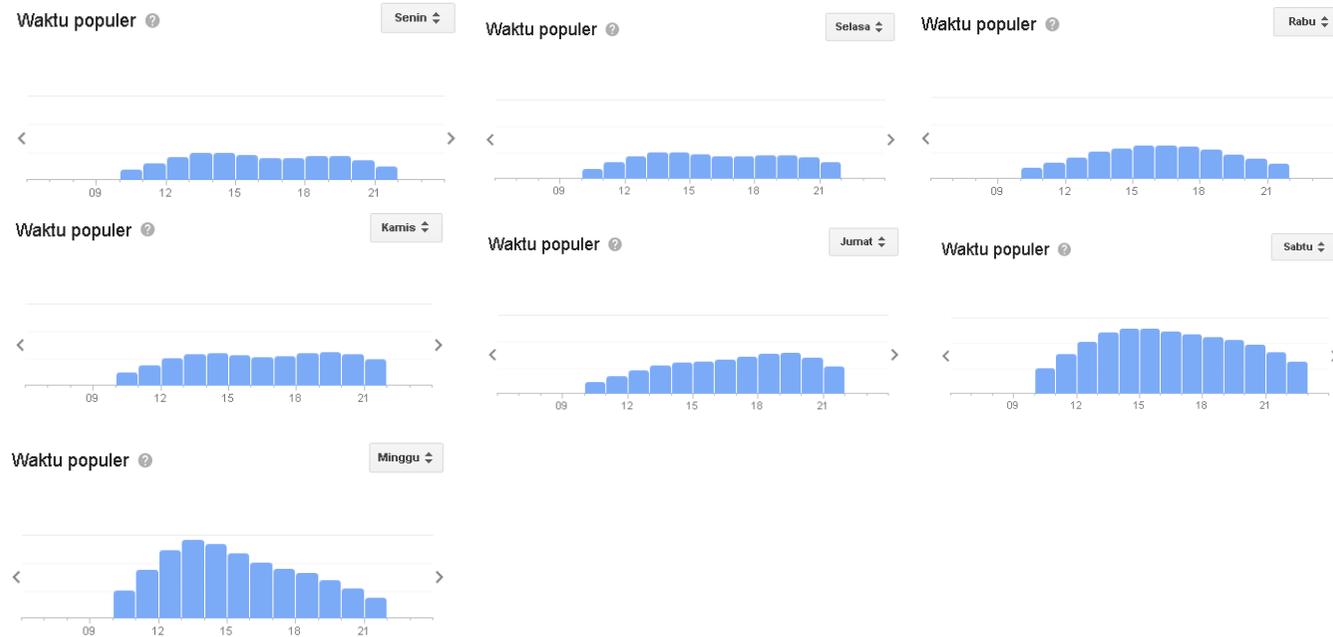
² Karen Valentine, “*Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dakken Coffee & Steak Bandung*”, e-Proceeding of Management, Vol.1, No.3 Desember 2014, hlm.782.

Ciumbuleuit, Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40142. Cafe ini buka setiap hari minggu sampai jumat dari pukul 10.00-22.00 WIB dan hari sabtu dari pukul 10.00-23.00 WIB. Berdasarkan pengamatan penulis, Kalpa Tree ini merupakan cafe yang menawarkan suasana yang nyaman dan pemandangan yang indah bagi pengunjungnya. Menurut Mardiana (2017) Cafe ini mengusung konsep cafe tematik dan juga *instagramable*. Udara di cafe ini juga terasa sejuk karena berada di tempat yang tinggi. Cafe ini menyediakan berbagai makanan dan minuman yang cocok untuk mahasiswa ataupun masyarakat yang sedang menikmati waktunya untuk bersantai, belajar bersama, atau sekedar mengobrol dengan teman-temannya. Cafe ini juga bisa dikatakan sebagai tempat yang romantis untuk para pasangan yang datang ke sana³.

Berikut penulis melampirkan hasil pengamatan jumlah pengunjung dan grafik waktu populer di Cafe Kalpa Tree:

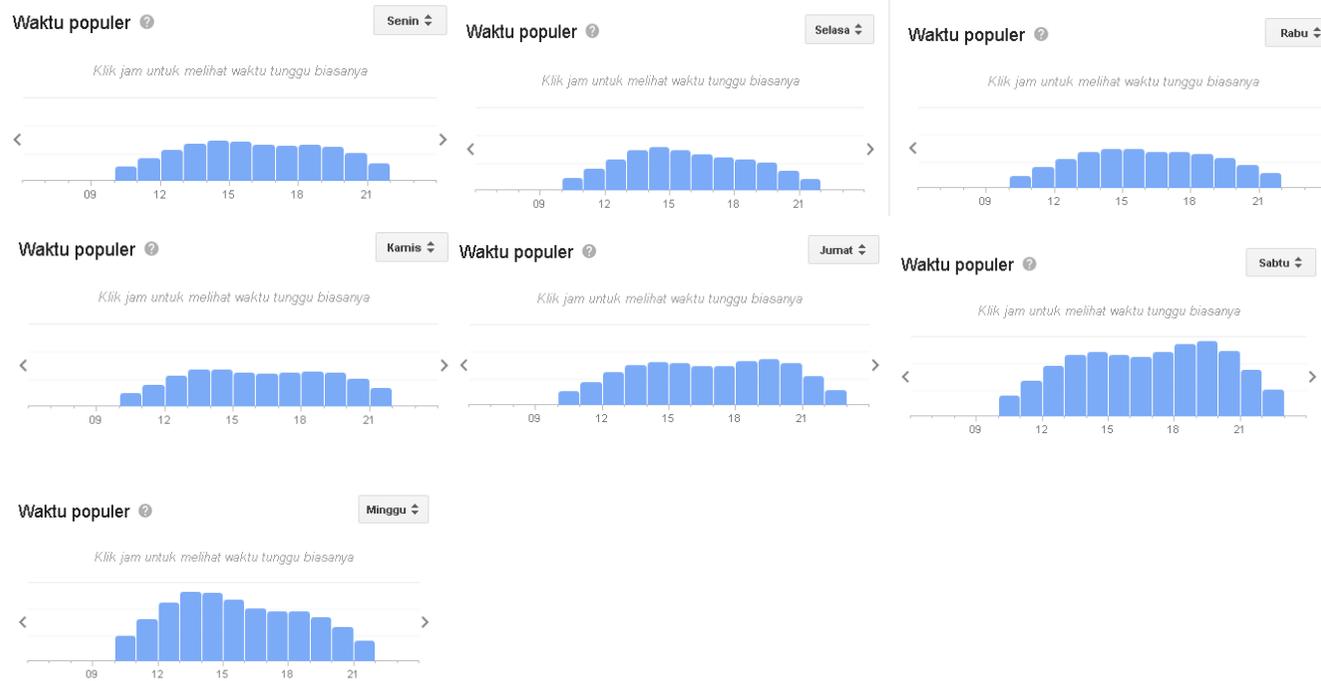
³ Dian Mardiana, “*Kalpa Tree Bandung – Review Harga, Menu, Fasilitas & Lokasi*”, <https://tempatwisatadibandung.info/kalpa-tree-bandung/> (diakses pada 13 agustus 2018, pukul 19.30).

Gambar 1.1
Grafik Pengunjung bulan Maret 2018⁴



⁴ Google, “*Kalpa Tree Dine and Chill*”, <https://www.google.com/maps/place/Kalpa+Tree+Dine+And+Chill/@-6.8702945,107.6083615,17z/data=!4m5!3m4!1s0x2e68e6dd519363ff:0x7e72e4987f2df01618m2!3d-6.8663001!4d107.6099923> (di akses pada 15 Maret 2018, pukul 21.12)

Gambar 1.2
Grafik Pengunjung bulan Agustus 2018⁵



⁵ Google, “Kalpa Tree Dine and Chill”, <https://www.google.com/maps/place/Kalpa+Tree+Dine+And+Chill/@-6.8702945,107.6083615,17z/data=!4m5!3m4!1s0x2e68e6dd519363ff:0x7e72e4987f2df016!8m2!3d-6.8663001!4d107.6099923> (diakses pada 14 agustus 2018, pukul 17.00)

Data pada gambar 1.1 dan gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung yang datang ke Cafe Kalpa Tree cenderung meningkat dilihat dari grafik di bulan maret 2018 dan di bulan agustus 2018 pada hari senin-minggu. Hal ini terlihat dari jumlah pengunjung yang meningkat di jam-jam tertentu. Di hari senin sampai jumat, atau yang biasa disebut *weekday*, rata-rata cafe ini hanya ramai pada jam-jam tertentu yakni pukul 14.00 hingga 16.00 dan pukul 19.00 hingga 21.00 WIB yang notabene merupakan jam makan. Untuk *weekend*, cafe ini hampir selalu ramai dari siang hingga malam hari. Namun di bulan agustus 2018, terlihat bahwa cafe ini rata-rata ramai pada pukul 14.00 hingga 21.00 WIB. Untuk *weekend*, cafe ini hampir selalu ramai setiap jamnya dari siang hingga malam hari. Bahkan, penulis sering melihat pada saat *weekend*, khususnya pada saat jam makan, banyak pengunjung yang harus mendaftar *waiting list* terlebih dahulu karena cafe sedang dalam keadaan penuh.

Melalui pengamatan penulis, terdapat 64 meja dan 230 kursi yang disediakan oleh cafe ini. Penulis juga melakukan wawancara terhadap beberapa konsumen di sana, rata-rata pengunjung di cafe ini menghabiskan waktu selama 1-2,5 jam. Dengan data-data yang didapat, dapat disimpulkan bahwa dalam keadaan normal (tidak ada *event* tertentu), dalam satu hari *weekday* cafe ini akan menampung sekitar tiga ratusan pengunjung dan dalam satu hari *weekend* cafe ini akan menampung sekitar lima ratusan pengunjung. Penulis juga melihat banyak plat mobil dari luar kota yang datang ke cafe ini, khususnya pada saat *weekend* atau pada saat hari libur nasional. Hal ini menunjukkan bahwa cafe ini memang dicari dan dikunjungi oleh banyak orang.

1.2 Identifikasi Masalah

Di bawah ini adalah hasil wawancara yang dilakukan penulis terhadap dua puluh pengunjung Cafe Kalpa Tree untuk mendapatkan data apakah *store atmosphere* di cafe ini berpengaruh terhadap emosi mereka?

Tabel 1.1
Hasil Wawancara

| Pertanyaan | Jawaban | Persen (%) |
|---|----------------|-------------------|
| Apakah anda merasa tertarik dengan desain dan tata letak di Cafe Kalpa Tree? | Ya | 90% |
| | Tidak | 10% |
| Apakah anda merasa suasana di Cafe Kalpa Tree nyaman dan menyenangkan? | Ya | 90% |
| | Tidak | 10% |
| Apakah anda merasa makanan dan minuman di Cafe Kalpa Tree memiliki rasa yang enak? | Ya | 80% |
| | Tidak | 20% |
| Apakah anda merasa makanan dan minuman di Cafe Kalpa Tree memiliki harga yang terjangkau? | Ya | 60% |
| | Tidak | 40% |

Berdasarkan hasil wawancara pada tabel di atas, orang-orang yang mengunjungi Cafe Kalpa Tree sebanyak 90% merasa bahwa desain dan tata letak di cafe ini menarik, sebanyak 90% merasa nyaman dan senang ketika berada di cafe ini, sebanyak 80% merasa bahwa rasa makanan dan minuman di cafe ini enak, sebanyak 60% merasa harga makanan dan minuman di cafe ini terjangkau, dan sebanyak 40% merasa harga makanan dan minuman di cafe ini kurang terjangkau.

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa banyak orang yang merasa bahwa Cafe Kalpa Tree ini memiliki *store atmosphere* yang bagus dan menarik. Selain itu, banyak orang yang juga merasa keadaan emosional mereka terpengaruh oleh suasana di cafe ini sehingga mereka senang ketika berada di cafe ini. Berdasarkan hasil wawancara di atas, terlihat bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap keadaan emosional konsumen. Hal ini sesuai dengan teori yang ada yang dinyatakan oleh Mowen dan Minor (2002:139), bahwa *store atmosphere* mempengaruhi keadaan emosional pembeli . Namun hasil wawancara di atas pada 20 orang responden belum tentu mewakili seluruh konsumen Cafe Kalpa Tree Bandung.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap *customer emotion* di Cafe Kalpa Tree Bandung?

Berdasarkan hal di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul:

“Pengaruh Store Atmosphere terhadap Customer Emotion di Cafe Kalpa Tree Bandung.”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap *customer emotion* di Cafe Kalpa Tree Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi perusahaan untuk menjadi acuan dalam pengambilan keputusan yang tepat untuk meningkatkan rangsangan emosi konsumennya.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, khususnya mengenai *store atmosphere* dan *customer emotion*.

c. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan topik penelitian.

1.5 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang digunakan adalah Cafe Kalpa Tree yang berlokasi di Jalan Kiputih No.37, Ciumbuleuit, Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40142. Cafe ini buka setiap hari minggu sampai jumat dari pukul 10.00-22.00 WIB dan hari sabtu dari pukul 10.00-23.00 WIB. Cafe ini menyediakan tempat dan suasana yang nyaman bagi pengunjungnya.