

## Hubungan Atmosphere Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Coffe Shop The Apic Colomadu Karanganyar)

<sup>1)</sup>Nisaa' Awalia, <sup>2)</sup>Esti Dwi Rahmawati, R. <sup>3)</sup>Taufik Nur Muftiyanto

<sup>1,2,3</sup> Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

[apaliaapalia41@gmail.com](mailto:apaliaapalia41@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims to analyze the influence of café atmosphere and service quality on consumer decisions at Coffee Shop The Apic Colomadu, Karanganyar. The method used is quantitative with a multiple linear regression approach. The respondents consisted of 100 people selected through purposive sampling, specifically customers who had visited the café at least twice. The results of the study indicate that both atmosphere and service have a significant influence on customer decisions, both partially and simultaneously. Among the two, service quality contributes a stronger influence. These findings emphasize the importance of managing the atmosphere and improving service quality to influence purchasing behavior. This study is expected to serve as a practical reference for marketing strategies and enrich the academic literature on factors influencing consumer decisions in the service sector.*

**Keywords:** *café atmosphere, service quality, customer decisions, service marketing, coffee shop.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atmosfer kafe dan mutu layanan terhadap keputusan konsumen di Coffee Shop The Apic Colomadu, Karanganyar. Metode yang digunakan bersifat kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda. Responden berjumlah 100 orang yang dipilih secara purposive, yaitu pelanggan yang sudah berkunjung minimal dua kali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik atmosfer maupun layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Di antara keduanya, kualitas layanan memberikan kontribusi pengaruh yang lebih kuat. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan suasana dan peningkatan mutu layanan untuk mempengaruhi perilaku pembelian. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan praktis dalam strategi pemasaran serta memperkaya literatur akademik terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen di sektor jasa.

**Kata kunci:** Atmosfer Kafe, Coffee Shop, Mutu Layanan, Keputusan Pelanggan, Pemasaran Jasa

### Pendahuluan

Industri kuliner mengalami perkembangan yang pesat seiring perubahan gaya hidup masyarakat modern. Aktivitas makan di luar kini bukan sekadar pemenuhan kebutuhan biologis, melainkan menjadi bagian dari gaya hidup, ajang bersosialisasi, hingga sarana relaksasi, terutama di kalangan generasi muda. Fenomena ini mendorong pertumbuhan usaha kafe yang kini bersaing tidak hanya dalam kualitas produk, tetapi juga dalam memberikan pengalaman menyeluruh bagi pelanggan, termasuk dari aspek suasana dan pelayanan (Pradana, F, 2018).

Atmosfer kafe berperan penting dalam membentuk kenyamanan emosional pelanggan. Hal ini diwujudkan melalui elemen fisik seperti tata ruang, pencahayaan, desain interior, serta estetika visual lainnya. Suasana yang menyenangkan dapat menciptakan pengalaman positif, mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung, dan bahkan meningkatkan loyalitas terhadap tempat tersebut. Di sisi lain, kualitas pelayanan yang mencakup kecepatan, keramahan, keandalan, dan empati dari karyawan juga menjadi penentu utama dalam membangun kepuasan dan keputusan konsumen (Sugiono, D. I., Taufik, M., & Ato'illah, M, 2020).

Salah satu kafe lokal yang mengedepankan konsep atmosfer menarik adalah The Apic Colomadu, berlokasi di Karanganyar. Dengan konsep glass house yang unik, kafe ini mencoba menawarkan suasana berbeda. Namun, tingkat kepuasan pelanggan yang belum konsisten

mengindikasikan bahwa aspek suasana dan pelayanan masih perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi ekspektasi pengunjung secara optimal (Yulianti, Y., & Deliana, Y., 2018).

Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara suasana dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kajian yang spesifik dalam konteks kafe lokal berkonsep tematik di daerah berkembang masih jarang dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengevaluasi pengaruh atmosfer kafe dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan di Coffee Shop The Apic Colomadu, Karanganyar. Diharapkan hasil studi ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi layanan dan peningkatan pengalaman pelanggan di sektor kafe, serta memperluas literatur ilmiah di bidang pemasaran jasa.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif, bertujuan untuk menguji hubungan antara suasana kafe dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan. Populasi dalam studi ini adalah seluruh konsumen Coffee Shop The Apic Colomadu yang berdomisili di wilayah Solo Raya. Sampel penelitian berjumlah 100 responden, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria utama yaitu individu yang telah mengunjungi kafe minimal dua kali dan berada dalam rentang usia 17–35 tahun.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online dengan skala Likert lima poin. Sebelum digunakan, instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data. Semua item pertanyaan terbukti valid dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS. Untuk menguji kelayakan model regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Selain itu, analisis dilakukan melalui uji t guna melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, serta uji F untuk mengukur pengaruh simultan dari kedua variabel terhadap keputusan pelanggan..

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment. Hasilnya menunjukkan bahwa semua item pada variabel Atmosfer Kafe, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pelanggan memiliki nilai korelasi di atas 0,30 dan signifikan pada taraf 1% ( $p < 0,01$ ). Dengan demikian, seluruh item dalam kuesioner dinyatakan sah dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur.

### Uji Reliability

Untuk mengetahui konsistensi internal, dilakukan uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha. Variabel Atmosfer Kafe memperoleh nilai Alpha sebesar 0,685, Kualitas Pelayanan sebesar 0,775, dan Keputusan Pelanggan sebesar 0,697. Karena ketiganya melebihi ambang batas minimum 0,60, seluruh instrumen dianggap andal dan layak digunakan dalam penelitian.

### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test digunakan untuk menguji distribusi data. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200  $>$  0,05 mengindikasikan bahwa distribusi data

residual bersifat normal. Maka, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi. normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Artinya, data sisa dalam penelitian ini memiliki distribusi normal dan tidak terjadi penyimpangan signifikan dari distribusi normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut.

### Uji Multikolinearitas

Untuk memastikan tidak terjadi korelasi antarvariabel bebas, dilakukan uji multikolinearitas. Nilai tolerance sebesar 0,824 dan VIF sebesar 1,214 untuk kedua variabel independen menunjukkan bahwa tidak ada indikasi multikolinearitas dalam model.

### Uji Heteroskedastisitas

Melalui pengujian Glejser, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,822 untuk variabel Atmosfer Kafe dan 0,690 untuk Kualitas Pelayanan. Karena keduanya lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

### Uji T (Parsial)

Analisis parsial menunjukkan bahwa Atmosfer Kafe memiliki nilai signifikansi 0,000 dan nilai t sebesar 4,014, sedangkan Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dengan t sebesar 7,346. Karena kedua nilai signifikansi berada di bawah 0,05, masing-masing variabel terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan secara individu.

### Uji F (Simultan)

Melalui uji F (ANOVA), diperoleh nilai F sebesar 57,530 dengan signifikansi 0,000. Artinya, kedua variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang bermakna terhadap variabel keputusan pelanggan.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Coffee Shop The Apic Colomadu, dapat disimpulkan bahwa atmosfer kafe dan kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi keputusan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Dari kedua variabel tersebut, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap keputusan pelanggan dibandingkan atmosfer kafe. Artinya, pelanggan lebih cenderung mengambil keputusan berdasarkan pengalaman layanan yang mereka terima, meskipun suasana kafe juga tetap berperan penting dalam mendukung keputusan tersebut.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa dalam industri jasa seperti kafe, pengalaman pelanggan tidak hanya ditentukan oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh bagaimana suasana dan pelayanan dibentuk untuk menciptakan kenyamanan dan kepuasan.

### Daftar Pustaka

- Aditia, M. P., & Heriyanto, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Cafe De'piek Ujungbatu Rokan Hulu). *ECo-Buss*, 6(3), 1289–1299. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1173>
- Budiman, A., & Dananjoyo, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Industri Food and Beverage. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 25–33. <https://doi.org/10.23917/jm.p.v1.5i1.12345>
- Muftiyanto, Dr.R. Taufiq Nur. *METODELOGI PENELITIAN EKONOMI*. Surakarta Bossscript, 2024.

- Pangestu, V. B. A. ., & Hayuningtias, K. A. . (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 1349–1359. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.4169>
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2). <https://doi.org/10.18196/mb.9262>
- Putri, S. A., & Saino. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Cafe Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada Pelanggan Tipe Cafe Surabaya ). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (PTN)*, 8(2), 784–790. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/35400/31469>
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 9(6), 2. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
- Satrya, M.A.R; Telagawathi, N. L. W. . (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 236. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32134>
- Sugiono, D. I., Taufik, M., & Ato'illah, M. (2020). Hubungan Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Warung Klat Pasirian Lumajang. In *Jobman : Journal of Organization and Business Management (Vol. 3, Issue 2)*. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm%7C91>
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya Hidup Kaitannya dengan Keputusan Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi. *Jurnal AGRISEP*, 17(1), 39–50. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.1.39-50>.