

# PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, PRODUK KOPI LOKAL DAN PRODUK KOPI INTERNASIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(STUDI PADA KONSUMEN EXCELSCO COFFEE MALL OLYMPIC GARDEN  
MALANG)

Ajeng Pratiwi, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin Hardati

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam  
Malang, Jl MT Haryono 193 Dinoyo, Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email : [ajennngp@gmail.com](mailto:ajennngp@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini akan dilakukan di Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, store atmosphere, produk kopi lokal dan produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui kontribusi naik turunnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Jumlah sampel yang digunakan 100 orang menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Variabel store atmosphere tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Variabel produk kopi lokal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Variabel produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh simultan variabel harga, store atmosphere, produk kopi lokal dan produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** harga, store atmosphere, produk kopi lokal, produk kopi internasional dan kepuasan konsumen.

## ABSTRACT

This research will be conducted at Excelso Coffee Mall Olympic Garden Malang. This study aims to determine the effect of price, store atmosphere, local coffee products and international coffee products on consumer satisfaction, to determine the contribution of the ups and downs of the independent variable (X) to the dependent variable (Y) and to determine which variables have a dominant effect on customer satisfaction. This type of research is quantitative. Data collection techniques using questionnaires and observations. The number of samples used by 100 people using multiple linear regression analysis method. The price variable does not partially have a significant effect on customer satisfaction. Store atmosphere variable has no partially significant effect on customer satisfaction. The local coffee product variable has a partially significant effect on consumer satisfaction. The international coffee product variable has a significant effect on customer satisfaction. The simultaneous influence of price variables, store atmosphere, local coffee products and international coffee products that have a significant effect on consumer satisfaction. This result is indicated by the F test obtained  $F_{count} > F_{table}$ , namely  $19,920 > 2.47$  and Sig.  $F 0.000 < 0.05$ .

**Keywords:** price, store atmosphere, local coffee products, international coffee products and customer satisfaction.

## PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini berbagai macam jenis usaha yang dapat menjadi peluang dalam dunia usaha, tak terkecuali dengan bisnis *coffee shop*. *Coffee shop* di Indonesia sendiri sudah

mengalahkan pertumbuhan jamur di musim hujan. Tak hanya di kota-kota besar, kota-kota kecil pun sudah memiliki banyak gerai kopi yang menjamur meski memiliki standar dan pasar yang berbeda-beda. Indonesia merupakan salah satu Negara penghasil kopi.

Salah satunya, *Excelso Coffee* dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen juga menetapkan strategi pemasarannya berupa penetapan harga, kualitas produk dan *store atmosphere* (suasana toko). Hal ini dilakukan agar kepuasan konsumennya semakin tinggi sesuai dengan yang diharapkan. Menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu intii dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan.

. Meskipun produksi dan pemasaran yang telah dilakukan dengan baik, pada kenyataannya volume penjualan dan jumlah konsumen di *Excelso Coffee* kurang stabil. Berikut adalah tabel pendapatan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. *Excelso Coffee* ini mempunyai kompetitor yang salah satunya *Starbucks Coffee*. *Starbucks Coffee* adalah sebuah perusahaan kopi dan jaringan kedai kopi global asal Amerika Serikat didirikan tahun 1971.

**Tabel 1 Perbandingan Harga *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang dengan *Starbucks Coffee* Malang**

Jenis Produk Yang Sama	Harga	
	<i>Excelso Coffee Mall Olympic Garden</i> Malang	<i>Starbucks Coffee</i> Malang
<i>Cappucino</i>	Rp 49.500	Rp 48.400
<i>Café Latte</i>	Rp 47.300	Rp 48.400
<i>Mocha</i>	Rp 47.300	Rp 59.300
<i>Chocolate</i>	Rp 55.000	Rp 49.940
<i>Frappio Mocha</i>	Rp 57.750	Rp 52.800
<i>Frappio Coffe</i>	Rp 57.750	Rp 42.900

Sumber: Observasi Peneliti, Oktober 2020

Berdasarkan tabel diatas dari observasi yang peneliti lakukan harga yang ditawarkan di *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang relatif tinggi karena tidak ada pilihan ukuran volume atau porsi yang diberikan seperti di *Starbucks Coffee* Malang.

Selain harga yang membuat faktor kepuasan konsumen yaitu *store atmosphere*. Menurut Tjiptono dan Candra (2011) dalam Priansa (2017:209) menyatakan bahwa salah satu variabel kepuasan konsumen yaitu suasana toko (*store atmosphere*), konsumen akan merasa tertarik mengunjungi *coffee shop* tersebut dan merasakan puas apabila *store atmosphere* yang dirasakan membuat nyaman. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda. *Store atmosphere* bisa menjadi alternatif untuk membedakan *cafe* yang satu dengan yang lainnya.

*Excelso Coffee* juga meningkatkan kualitas produknya dengan menghasilkan kopi

kualitas terbaik dalam bentuk biji kopi dan bubuk kopi. Produk yang menjadi andalan *Excelso Coffee* ini adalah produk kopinya. Produk kopi ini dibedakan menjadi dua, yaitu produk kopi lokal dan produk kopi internasional. Berikut adalah tabel Jenis Produk Kopi *Excelso Coffee*.

**Tabel 2 Jenis Produk Kopi *Excelso Coffee***

<i>Jenis Produk Kopi Excelso Coffee</i>	
Produk Kopi Lokal	Produk Kopi Internasional
Robusta Gold	Brazilian Santos
Kalosi Toraja	Colombian Supremo
Sumatera Mandheling	
Luwak Toraja	
Lanang Toraja	
Java Arabica	
Classic	

Sumber: Dokumentasi *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang, Oktober 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa berbagai macam produk kopi lokal maupun internasional di *Excelso Coffee*. Berbagai macam produk kopi tersebut, sudah diperjualbelikan di retail. Seperti contoh di Malang sendiri produk kopi *Excelso Coffee* ini ada di *hypermart*, *giant*, lai-lai dll. Produk kopi *Excelso Coffee* yang ada di retail ini berbentuk biji kopi dan bubuk kopi. *Excelso Coffee* selalu memberikan perubahan yang lebih baik untuk produk kopinya dengan tujuan memberikan rasa puas terhadap konsumen. Menurut Salomon (2011) dalam Priansa (2017:197) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, pada dasarnya setiap kepuasan konsumen terdapat pengaruh adanya harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal serta produk kopi internasional. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Harga, Store Atmosphere, Produk Kopi Lokal dan Produk Kopi Internasional Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang)**”.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diajukan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang ?

2. Apakah *store atmosphere* dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang?
3. Apakah produk kopi lokal dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang?
4. Apakah produk kopi internasional dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang?
5. Apakah terdapat pengaruh simultan antara harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang?
6. Bagaimana kontribusi naik turunnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) pada konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang?
7. Variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
2. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
3. Mengetahui pengaruh produk kopi lokal terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
4. Mengetahui pengaruh produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
5. Mengetahui pengaruh variabel independen ( harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional ) secara simultan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
6. Mengetahui kontribusi naik turunnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) pada konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.
7. Mengetahui variabel mana yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2008:345) berpendapat bahwa harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2016:47), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu daftar harga, potongan harga, dan sistem pembayaran.

### Store Atmosphere

Menurut Utami (2008:163) penciptaan suasana (*store atmosphere*) berarti desain lingkungan melalui komunikasi visual.

Merut Berman & Evans (1986) dalam Listiono (2015) membagi elemen-elemen *store atmosphere* kedalam 4 elemen, yaitu :

1. *Exterior*
2. *General Interior*
3. *Store layout*
4. *Interior point of purchase display*

### Produk Kopi Lokal

Menurut Tjiptono (2008:95) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Menurut Edy Panganbean dalam bukunya *The Secret of Barista* (2012:36) mengemukakan bahwa terdapat tiga karakter biji kopi yang menjadi penentu kualitas produk minuman kopi yaitu :

1. Karakter Keasaman atau *acidity*
2. Karakter Aroma
3. Karakter *Body*

### Produk Kopi Internasional

Menurut Lupiyoadi (2001:58) produk adalah merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen.

Menurut Edy Panganbean dalam bukunya *The Secret of Barista* (2012:36) mengemukakan bahwa terdapat tiga karakter biji kopi yang menjadi penentu kualitas produk minuman kopi yaitu :

1. Karakter Keasaman atau *acidity*

2. Karakter Aroma
3. Karakter *Body*

## Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2008:139) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

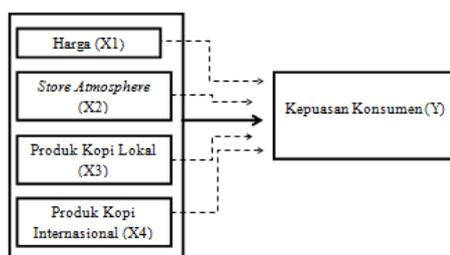
Menurut Tjiptono (2008:21), Kepuasan Konsumen terdiri dari sub variabel yaitu :

1. Mengatakan hal-hal yang baik tentang produk dan jasa
2. Merekomendasikan dari mulut-ke mulut kepada konsumen lain
3. Melakukan pembelian ulang

## Hubungan Antar Variabel

Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Tjipono dkk (2011) dalam Priansa (2017:209) meliputi produk, harga, promosi, lokasi, peayanan karyawan, fasilitas, dan suasana.

## Kerangka Hipotesis



## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:16) Metode Kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian.

### Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang pada waktu bulan Oktober 2020 sampai November 2020.

### Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:67).

## Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015:38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

## Populasi dan Sampel

1. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang yang sudah pernah membeli produk kopi lokal maupun produk kopi internasional

2. Dari hasil perhitungan sampel menggunakan rumus Wibisono didapatkan angka 96.04 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuesioner (angket) dan observasi. Berikut penjelasannya:

1. Kuesioner (angket)
2. Observasi
3. Dokumentasi

## Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk merupakan teknik yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Adapun teknik pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019:146) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

## Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis item, yakni mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir (Sugiyono, 2005:151).

### Uji Reliabilitas

Menurut Sugiarto (2017:208) Reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi data dan stabilitas data atau temuan.

## Teknik Analisis Data

### Uji Normalitas

Uji Normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kalmogrov-Smirnov* bertujuan mengetahui distribusi dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian, berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Snyoto dan Setiawan (2013:206) Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, jika pengukuran pengaruh antar variabel melibatkan lebih dari satu variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) dinamakan analisis regresi linier berganda, dikatakan linier karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sarwoko (2007:193) Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada umumnya terletak diantara 0 dan 1. Jika sama dengan 1, maka 100% variasi Y diterangkan oleh perubahan-perubahan variabel-variabel penjelas. Jika sama dengan 0, maka tidak ada variasi Y yang diterangkan oleh perubahan-perubahan variabel-variabel penjelas.

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

Menurut Hasan (2009:31) Uji parsial digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel antara variabel interval/rasio dengan variabel interval/rasio yang melibatkan hubungan lebih dari dua variabel dengan mengkostantakan variabel yang tidak kita ukur.

#### Uji Simultan (Uji F)

Menurut Hasan (2009 : 99) uji simultan digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## Hasil Penelitian

### Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas dapat diketahui bahwa variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  dan Y adalah valid karena nilai rhitung  $>$  r tabel.

**Tabel 3 Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Nilai F <sub>hitung</sub>	Nilai F <sub>tabel</sub>	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0.567	0.196	Valid
	X1.2	0.334	0.196	Valid
	X1.3	0.502	0.196	Valid
	X1.4	0.635	0.196	Valid
	X1.5	0.614	0.196	Valid
	X1.6	0.561	0.196	Valid
Store Atmosphere (X2)	X2.1	0.548	0.196	Valid
	X2.2	0.630	0.196	Valid
	X2.3	0.648	0.196	Valid
	X2.4	0.388	0.196	Valid
	X2.5	0.484	0.196	Valid
	X2.6	0.699	0.196	Valid
	X2.7	0.438	0.196	Valid
	X2.8	0.526	0.196	Valid
Produk Kopi Lokal (X3)	X3.1	0.614	0.196	Valid
	X3.2	0.667	0.196	Valid
	X3.3	0.805	0.196	Valid
	X3.4	0.730	0.196	Valid
	X3.5	0.837	0.196	Valid
	X3.6	0.762	0.196	Valid
Produk Kopi Internasional (X4)	X4.1	0.749	0.196	Valid
	X4.2	0.696	0.196	Valid
	X4.3	0.656	0.196	Valid
	X4.4	0.619	0.196	Valid
		0.667	0.196	Valid
		0.811	0.196	Valid
X4.5		0.703	0.196	Valid
X4.6		0.787	0.196	Valid
Y1.1		0.736	0.196	Valid
Y1.2		0.650	0.196	Valid
Y1.3		0.590	0.196	Valid
Y1.4				
Y1.5				

### Uji Reliabilitas

**Tabel 4 Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach's	Jumlah Item	Keterangan
Harga	0.567	0.196	Valid
Store Atmosphere	0.334	0.196	Valid
Produk Kopi Lokal	0.502	0.196	Valid
Produk Kopi Internasional	0.635	0.196	Valid
Kepuasan Konsumen	0.614	0.196	Valid

## Uji Normalitas

Tabel 5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,44482856
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,076
	Negative	-,079
Kolmogorov-Smirnov Z		,792
Asymp. Sig. (2-tailed)		,557

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Besarnya nilai *kolmogorov-smirnov* adalah 0.792 serta dapat diketahui bahwa nilai *unstandardized residual* memiliki nilai asymp. Sig 0.557 yang artinya > 0.05 dan ini mengartikan bahwa data berdistribusi dengan normal.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,236	2,217		2,813	,006
Harga (X1)	-,107	,092	-,113	-1,164	,248
Store Atmosphere (X2)	,059	,082	,072	,712	,478
Produk Kopi Lokal (X3)	,385	,098	,486	3,915	,000
Produk Kopi Internasional (X4)	,223	,102	,251	2,186	,031

Berdasarkan Tabel 6 dengan memperlihatkan angka yang berada pada kolom B (Koefisien), dapat disusun persamaan regresi linear berganda, sebagai berikut:

$$Y = 6,236 - 0,107X_1 + 0,059X_2 + 0,385X_3 + 0,223X_4$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta (a) sebesar 6,236; menunjukkan bahwa variabel harga (X1), *store atmosphere* (X2), produk kopi lokal (X3) dan produk kopi internasional (X4) diasumsikan

dengan nilai 0 (nol), maka besarnya variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 6,236.

b. Koefisien regresi untuk variabel harga (X1) sebesar -0,107 artinya bahwa setiap peningkatan (penambahan) 1% variabel harga (X1), maka akan menurunkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,107% atau sebaliknya.

c. Koefisien regresi untuk variabel *store atmosphere* (X2) sebesar 0,590 artinya bahwa setiap peningkatan (penambahan) 1% variabel *store atmosphere* (X2), maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,590% atau sebaliknya.

d. Koefisien regresi untuk variabel produk kopi lokal (X3) sebesar 0,385 artinya bahwa setiap peningkatan (penambahan) 1% variabel produk kopi lokal (X3), maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,385% atau sebaliknya.

e. Koefisien regresi untuk variabel produk kopi internasional (X4) sebesar 0,223 artinya bahwa setiap peningkatan (penambahan) 1% variabel produk kopi internasional (X4), maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,223% atau sebaliknya.

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui besarnya prosentase dalam menerangkan pengaruh dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675	,456	,433	1,475

Hasil perhitungan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,433. Artinya bahwa variabel terikat kepuasan konsumen (Y) mampu dijelaskan 43,3% oleh variabel bebas harga (X1), *store atmosphere* (X2), produk kopi lokal (X3) dan produk kopi internasional (X4). Sedangkan sisanya 56,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Uji Parsial (Uji t)

Hasil dari output uji parsial (uji t) pada table 6 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

## a. Uji t pada Harga (X1)

Uji t terhadap indikator harga (X1) didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar -1.164 dengan signifikan t sebesar 0.248, karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  (-1.164 < 1.661) atau signifikan t lebih besar dari 0.05 (0.248 > 0.05) maka secara parsial variabel harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

## b. Uji t pada Store Atmosphere (X2)

Uji t terhadap indikator *store atmosphere* (X2) didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 0.712 dengan signifikan t sebesar 0.478, karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  (0.712 < 1.661) atau signifikan t lebih besar dari 0.05 (0.478 > 0.05) maka secara parsial variabel *store atmosphere* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

## c. Uji t pada Produk Kopi Lokal (X3)

Uji t terhadap variabel produk kopi lokal (X3) didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 3.915 dengan signifikan t sebesar 0.000, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (3.915 > 1.661) atau signifikan t lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0.05) maka secara parsial variabel produk kopi lokal (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

## d. Uji t pada Produk Kopi Internasional (X4)

Uji t terhadap variabel produk kopi internasional (X4) didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 2.186 dengan signifikan t sebesar 0.031, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2.186 > 1.661) atau signifikan t lebih kecil dari 0.05 (0.031 < 0.05) maka secara parsial variabel produk kopi internasional (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

## Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
1	Regression	173.335		43.334	19.920	.000 <sup>a</sup>
	Residual	206.665	5	41.333		
	Total	380.000	9			

a. Predictors: (Constant), Produk Kopi Internasional (X4), Store Atmosphere (X2), Harga (X1), Produk Kopi Lokal (X3)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Nilai  $F_{tabel} = 2.47$  dengan taraf signifikansi = 0.05. Berdasarkan hasil output diatas menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (19.920 > 2.47). Maka dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama – sama variabel harga (X1), *store atmosphere* (X2), produk kopi lokal (X3), dan produk kopi internasional (X4) secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

## PEMBAHASAN

## Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t (parsial) dapat dijelaskan bahwa  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu -1.164 < 1.980 dan tingkat signifikan 0.248 lebih besar dari 0.05 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Disimpulkan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri Utami pada tahun 2018, pada *Excelso Coffee Mall Kelapa Gading 3* Jakarta. Hasil Penelitian menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t (parsial) dapat dijelaskan bahwa  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu 0.706 < 1.980 dan tingkat signifikan 0.482 lebih besar dari 0.05 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Disimpulkan bahwa secara parsial *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lily Harlina Putri pada tahun 2014, pada Monopoli *Cafe and Resto Soekarno Hatta* Malang. Hasil Penelitian menyatakan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Produk Kopi Lokal Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t (parsial) dapat dijelaskan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $3.915 > 1.980$  dan tingkat signifikan  $0.000$  lebih kecil dari  $0.05$  sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Disimpulkan bahwa secara parsial produk kopi lokal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Salomon (2011) dalam Priansa (2017:197) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah diberikan.

### **Pengaruh Produk Kopi Internasional Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t (parsial) dapat dijelaskan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $2.186 > 1.980$  dan tingkat signifikan  $0.031$  lebih kecil dari  $0.05$  sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Disimpulkan bahwa secara parsial produk kopi internasional berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Juran (1992) dalam Priansa (2017:197) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan.

### **Pengaruh Harga, Store Atmosphere, Produk Kopi Lokal dan Produk Kopi Internasional Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan pengujian uji F (simultan) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikansi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $19.920 > 2.47$ ) dengan taraf signifikansi  $0.000 < 0.05$ . maka uji simultan

variabel variabel harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional terhadap kepuasan konsumen  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti variabel variabel harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2011) dalam Priansa (2017:209) menyatakan bahwa variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen meliputi produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana.

### **Kontribusi naik turunnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)**

Koefisien determinasi (*Adjusted R square*) yang diperoleh sebesar  $0,433$ . Artinya bahwa variabel terikat kepuasan konsumen (Y) mampu dijelaskan  $43,3\%$  oleh variabel bebas harga (X1), *store atmosphere* (X2), produk kopi lokal (X3) dan produk kopi internasional (X4). Sedangkan sisanya  $56,7\%$  dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen**

Menentukan variabel independen yang berpengaruh dominan terhadap variabel Y, dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien regresi (Beta) antara variabel yang satu dengan yang lain. Variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel Y adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar.

Dalam membandingkan koefisien regresi masing-masing variabel independen, disajikan pada tabel 24 hasil analisis regresi linier beganda terlihat bahwa variabel produk kopi lokal (X3) adalah variabel yang memiliki koefisien beta paling besar yaitu  $0.486$ . Jadi, variabel yang berpengaruh dominan adalah produk kopi lokal (X3).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial produk kopi lokal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

5. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji F (simultan) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara simultan harga, *store atmosphere*, produk kopi lokal dan produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang.

6. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai (*Adjusted R square*) diperoleh sebesar 0,433. Artinya bahwa variabel terikat kepuasan konsumen (Y) mampu dijelaskan 43,3% oleh variabel bebas harga (X1), *store atmosphere* (X2), produk kopi lokal (X3) dan produk kopi internasional (X4). Sedangkan sisanya 56,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

7. Variabel yang berpengaruh dominan adalah produk kopi lokal (X3).

## Saran

### Bagi Perusahaan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang

a. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS *Statistic 19* bahwa variabel produk kopi lokal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Distribusi jawaban responden menunjukkan hasil nilai *mean* atau nilai rata-rata pada variabel produk kopi lokal sebesar (4.05), sedangkan hasil nilai *mean* atau nilai rata-rata per item dari variabel produk kopi lokal yang terendah adalah pernyataan “Produk Kopi Lokal *Excelso Coffee* memiliki keasaman dengan baik yang dapat dinikmati oleh konsumen” sebesar

(3.96). Dalam hal ini perusahaan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas rasa keasaman pada produk kopi lokal agar konsumen dapat menikmatinya ketika produk kopi lokal itu diseduh.

b. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang telah diolah menggunakan program SPSS *Statistic 19* bahwa variabel produk kopi internasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang. Distribusi jawaban responden menunjukkan hasil nilai *mean* atau nilai rata-rata pada variabel produk kopi internasional sebesar (4.01), sedangkan hasil nilai *mean* atau nilai rata-rata per item dari variabel produk kopi internasional yang terendah adalah pernyataan “Rasa Produk Kopi Internasional *Excelso Coffee* seimbang antara pahit, manis, dan asam” sebesar (3.95). Dalam hal ini perusahaan *Excelso Coffee Mall Olympic Garden* Malang harus memperhatikan dan menyeimbangkan rasa antara pahit, manis, dan asam pada produk kopi internasional agar konsumen dapat menikmatinya produk kopi internasional tersebut.

#### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggali lebih banyak informasi terkait variabel yang diteliti, serta untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak, sehingga penelitian akan menjadi lebih akurat dan diharapkan peneliti selanjutnya bisa menggunakan indikator – indikator lain dari sumber buku yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Florenca Irena Sari Listiono. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Libreria Eatery Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 1. No. 1.
- Hasan, I. (2009). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Askara.
- Kotler, G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Managemen*. Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Panganbean, E. (2012). *The Secret of Barista*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyono, Achmad Agus. (2015). *Analisis Data dengan SPSS*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Sarwoko. (2007). *Statistik Inferensi Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andy Offset.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Setiawan. A. (2013). *Statistik Kesehatan Parametrik, Non Parametrik, Validitas, dan Reliabilitas*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. W. (2008). *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*. Malang: Banyumedia.