

Dampak Suasana Toko, Variasi Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk

Muhammad Wahyu Aji Saputra¹, Risdiana Himmati^{2*}, Moh. Rois Abin³

¹²³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jawa Tengah

*) Korespondensi (e-mail: risdianahimmati@gmail.com)

Abstract

The coffee shop industry represents a promising business sector. With the growing intensity of competition within this industry, businesses must prioritize enhancing customer satisfaction to sustain their competitive advantage. This research seeks to examine the influence of store atmosphere, product variety, and service quality on customer satisfaction at Kopiah Ireng Coffee Shop, located in Nganjuk Regency. A quantitative research approach was employed, utilizing non-probability sampling. The study involved a sample of 100 customers from Kopiah Ireng Coffee Shop. Data were gathered through questionnaires and analyzed using multiple linear regression test, classical assumption test, and hypothesis testing methods with the aid of SPSS version 30.0. The results demonstrate that both individually and collectively, store atmosphere, product variety, and service quality exert a significant and positive influence on customer satisfaction. These findings confirm that these factors significantly influence the increase in customer satisfaction at Kopiah Ireng Coffee Shop, Nganjuk Regency.

Keywords: Customer satisfaction, product diversity, service quality, store atmosphere.

Abstrak

Industri kedai kopi merupakan sektor bisnis yang menjanjikan. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam industri ini, pelaku usaha harus memprioritaskan peningkatan kepuasan pelanggan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh atmosfer toko, variasi produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Kopiah Ireng yang berlokasi di Kabupaten Nganjuk. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan, dengan menggunakan non-probability sampling. Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 100 pelanggan dari Warung Kopi Kopiah Ireng. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda, pengujian asumsi klasik, dan metode pengujian hipotesis dengan bantuan SPSS versi 30.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara individu maupun kolektif, atmosfer toko, variasi produk, dan kualitas layanan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa Faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Kopiah Ireng, Kabupaten Nganjuk.

Kata kunci: atmosfer toko, kepuasan pelanggan, keragaman produk, kualitas pelayanan.

How to cite: Aji Saputra, M. W., himmati, risdiana, & Abin, M. R. (2024). Dampak Suasana Toko, Variasi Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk. *Journal of Economics Business Finance and Accounting*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.53088/jebfa.v2i1.2320>.



1. Pendahuluan

Perkembangan era globalisasi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat. Salah satu fenomena yang muncul adalah meningkatnya minat masyarakat untuk nongkrong dan beraktivitas santai di kedai kopi. Kedai kopi tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati minuman berbahan dasar kopi, tetapi juga telah diubah menjadi ruang sosial, tempat diskusi, dan lokasi yang mendukung berbagai kegiatan individu dan kelompok. Fenomena ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk bergerak di industri kedai kopi yang kini berkembang pesat di berbagai daerah, termasuk Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur.

Jumlah kedai kopi yang baru didirikan di Kabupaten Nganjuk menunjukkan peningkatan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen akan tempat yang nyaman dan menarik. Berdasarkan data yang diperoleh dari pengamatan, terdapat berbagai kedai kopi yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Nganjuk.

Tabel 1. Kedai kopi di Kabupaten Nganjuk

Nama	Jarak
Kafe dan restoran Barelo	300 m
Coffee Kangen	1 km
Kopi Orens	1,6 km
Kopi Merdeka	1,4 km
The Djademan	2,3 km
AON Caffé	2,9 km

Keragaman konsep dan layanan yang ditawarkan oleh setiap kedai kopi merupakan indikator tingginya tingkat persaingan bisnis. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjaga eksistensi dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Keberhasilan suatu bisnis sangat bergantung pada penerapan pemasaran strategis. Strategi yang tepat dapat membantu bisnis memahami dan memenuhi keinginan konsumen, serta membangun loyalitas pelanggan. Salah satu indikator keberhasilan strategi adalah pencapaian kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mengacu pada sejauh mana konsumen puas selanjutnya mereka mendapatkan produk atau layanan yang diberikan. Kepuasan muncul setelah layanan yang diberikan mampu mencapai harapan pelanggan (Indrasari, 2019). Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah suasana toko. Efendy, (2022) menemukan bahwa suasana toko merupakan bagian penting dari dampak pada kepuasan pelanggan. Pengalaman emosional pelanggan di kedai kopi sangat dibentuk oleh kualitas suasana toko. Keragaman

produk merupakan varian dari menu produk di kedai kopi. Keragaman produk memungkinkan konsumen untuk memilih berbagai jenis kopi yang sesuai dengan selera mereka. Hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan karena konsumen lebih cenderung kembali ke tempat-tempat yang menawarkan beragam pilihan menu dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Temuan Chairunnisa et al., (2023). menunjukkan bahwa tingkat keragaman produk yang tinggi memiliki dampak penting pada kesenangan pelanggan di Awanbrew Coffee di Pasuruan.

Kualitas layanan merupakan salah satu strategi penting untuk menghadapi kompetitor. Kedai kopi yang menawarkan pelayanan yang baik dapat menarik perhatian pelanggan dan membedakan diri dari pesaing. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Kusumawathi, (2019). Penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas layanan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, dengan standar layanan yang tinggi meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan kemungkinan kunjungan berulang. Namun, kenyataan berbeda ditemukan di Kedai Kopi Kopiah Ireng yang terletak di kawasan Kabupaten Nganjuk. Meski sudah berdiri sejak tahun 2018 dan memiliki lokasi yang strategis, kedai kopi ini mengalami penurunan jumlah pelanggan yang berkunjung selama dua tahun terakhir. Berdasarkan pra-penelitian di kedai kopi kopi hitam, faktor-faktor yang membuat penurunan pelanggan karena adanya faktor Kurangnya kepuasan pelanggan.

Tabel 2. Keluhan Pelanggan

Keluhan	Jumlah keluhan
Suasana tempat di kedai kopi kopi hitam tidak berubah	6
Kualitas rasa produk masih belum cukup tepat	2
Varian menu dengan opsi yang lebih sedikit	4
Kedai kopi kopi hitam yang tidak luas	4
Kualitas layanan yang kurang cepat	4

Seiring dengan meningkatnya jumlah kedai kopi di Kabupaten Nganjuk, tingkat persaingan juga semakin meningkat. Pemilik usaha kedai kopi tengkorak hitam dituntut memiliki fasilitas dan layanan yang unggul sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar dapat mempertahankan eksistensinya. Pemilik kedai kopi kopi hitam perlu mengetahui pengaruh aspek-aspek yang akan membuat kepuasan pelanggan tercapai sehingga pelanggan akan berkunjung dan melakukan pembelian berulang. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengeksplorasi hubungan antara lingkungan toko, variasi produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Tinjauan Pustaka

Strategi Pemasaran

Studi menurut Haque-fauzi et al., (2022) Strategi pemasaran adalah seperangkat prinsip panduan di mana unit bisnis bertujuan untuk menghasilkan nilai dan

keuntungan dari keterlibatannya dengan konsumen. Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan suatu produk, barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu untuk meningkatkan volume penjualan. Strategi pemasaran mengacu pada pendekatan perusahaan untuk memilih target pasar dan memenuhi permintaan konsumen dengan menggabungkan komponen utama bauran pemasaran, termasuk produk, penetapan harga, distribusi, dan promosi, (Indrasari, 2019).

Strategi pemasaran memiliki peran penting dalam menentukan arah dan tindakan yang akan dilakukan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk menciptakan nilai positif bagi pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dengan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan kebutuhan pelanggan. Strategi pemasaran sangat penting bagi bisnis, karena menguraikan pendekatan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka waktu segera dan masa depan.

Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah ukuran penting keberhasilan dalam strategi pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan. Ini mencerminkan rasa puas atau ketidakpuasan individu berdasarkan perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dan harapan mereka. (Indrasari, 2019). Kesenangan dianggap sebagai kekecewaan atau kesenangan seseorang berdasarkan perbandingan antara harapannya dan kesan yang dimilikinya tentang layanan (kinerja) produk tertentu. Kepuasan dapat diterima dan dikatakan maksimal karena harga, produk dan layanan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Dengan memberikan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan keuntungan dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Suasana Toko

Nasution & Safina (2022) Suasana toko adalah aspek fisik utama yang membentuk persepsi pelanggan dan menarik pengunjung. Ini dirancang untuk memenuhi persyaratan praktis sambil meningkatkan pengalaman berbelanja, sehingga memfasilitasi transaksi (Yulinda, 2021). Strategi suasana toko dilakukan pada suasana in-store dan outstore sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

H1: Suasana toko memengaruhi kepuasan pelanggan

Keragaman Produk

Rofiah et al., (2023) Mengungkapkan keragaman produk adalah kumpulan produk dan barang yang diberikan oleh penjual kepada pembeli, termasuk kelengkapan produk, variasi barang, jenis merek dan ketersediaan produk (Efenddy, 2022). Keragaman produk memungkinkan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan sesuai dengan preferensi, kebutuhan, atau gaya hidup mereka. Pemasaran produk yang sukses bergantung pada penawaran produk yang selaras dengan keinginan atau kebutuhan pembeli, karena pelanggan lebih cenderung melakukan pembelian ketika

mereka merasa itu sesuai untuk mereka. Semakin baik produk yang ditawarkan oleh pabrikan kepada konsumen, semakin banyak kepuasan pelanggan juga akan meningkat

H2: Keragaman produk memengaruhi kepuasan pelanggan

Kualitas Layanan

Produk dan layanan berkualitas memiliki peran penting untuk membentuk kepuasan pelanggan (Laetitia et al., 2021). Kualitas layanan erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi (Kharisma et al., 2023). Utomo & Maskur, (2022) Mengungkapkan cara utama untuk mempertahankan perusahaan adalah dengan secara konsisten memberikan kualitas layanan yang lebih tinggi daripada pesaing dan memenuhi harapan pelanggan. Tujuan kualitas layanan adalah untuk memenuhi dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan untuk menyampaikannya dengan cara yang memenuhi harapan pelanggan (Indrasari, 2019).

H3: Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan pernyataan Sugiyono, (2015) Penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan data numerik, dengan analisis dilakukan melalui metode statistik. Populasi penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian di kedai kopi Kopiah Ireng pada tahun 2024 sebanyak 10.183 menggunakan metode sampling menggunakan pengambilan sampel non-probalitas. Sampel penelitian adalah 100 responden dengan pertimbangan konsumen yang melakukan pembelian lebih dari dua kali. Data diperoleh dari mendistribusikan kuesioner kepada pelanggan dan dianalisis menggunakan beberapa metode regresi linier seperti yang diuraikan di bawah ini model;

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Informasi:

Y	= Kepuasan Pelanggan
a	= Konstanta kofisina
b ₁ b ₂ b ₃	= Koefisien Regresi
X ₁	= Penyimpanan atmosfer variabel
X ₂	= Keanekaragaman Variabel Productt
X ₃	= Kualitas servis variabel
Y	= Variabel kepuasan pelanggan

Uji normalitas, multikolinearitas, heteroscedastisitas, dan autokorelasi digunakan dalam metode asumsi klasik. Selain itu, keakuratan hipotesis diperiksa menggunakan uji F dan T.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil penelitian

Analisis Deskriptif

Tabel 3. Karakteristik Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	67	67%
Wanita	33	33%
Umur		
17-25	70	70%
26-33	20	20%
34-42	10	10%
43-50	0	0%
Frekuensi pembelian		
>2 kali	100	100%
<2 kali	0	0%
Seluruh	100	100%

Pada tabel 3, menunjukkan bahwa jenis kelamin responden laki-laki adalah 67 orang dengan persentase 67% dan responden perempuan adalah 33 orang dengan persentase 33%. Jumlah responden laki-laki lebih banyak daripada jumlah responden perempuan. Sementara itu, responden dengan rentang usia 17-25 tahun sebanyak 70 orang persentase 70% jumlah responden, 20 orang usia 26-33 tahun dengan persentase 20% dari total responden, 34-42 tahun sebanyak 10 tahun dengan persentase 10%, dan usia 43-50 tahun 0 dengan persentase 0%. Selanjutnya, berdasarkan tabel 4.1, semua responden melakukan pembelian lebih dari 2 kali.

Kualitas Data

Tabel 4. Hasil Validitas

Variabel	Item	Hitungan <i>R</i>	Tabel <i>R</i>	Kesimpulan
Kepuasan Pelanggan	Y1.1	0,894	0,1654	Valid
	Y1.2	0,928	0,1654	
	Y1.3	0,876	0,1654	
Suasana Toko	X1.1	0,888	0,1654	Valid
	X1.2	0,895	0,1654	
	X1.3	0,901	0,1654	
	X1.4	0,865	0,1654	
	X1.5	0,918	0,1654	
	X1.6	0,870	0,1654	
Keragaman Produk	X2.1	0,906	0,1654	Valid
	X2.2	0,889	0,1654	
	X2.3	0,891	0,1654	
	X2.4	0,889	0,1654	

	X3.1	0,889	0,1654	
	X3.2	0,896	0,1654	
Kualitas	X3.3	0,897	0,1654	Valid
Layanan	X3.4	0,871	0,1654	
	X3.5	0,880	0,1654	

Pada tabel 4, menunjukkan bahwa dari variabel kepuasan pelanggan ke variabel kualitas layanan, pada R-count dihitung > pada R-table. Jadi, dapat diartikan bahwa item variabel dinyatakan valid.

Tabel 5. Hasil Reliabilitas

Variabel	Cronbachs alfa	Informasi
X1	0,947	
X2	0,916	Reliabel
X3	0,933	
Dan	0,882	

Seperti yang disajikan pada Tabel 5, nilai alfa Cronbachs berada di atas 0,60, yang menyiratkan bahwa item untuk setiap variabel dapat diandalkan.

Tes Asumsi Klasik

Tabel 6. Hasil Normalitas

	terstandarisasi
Statistik Tes	.090
Asymp.sig (2 - berekor)	.065

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 6, nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,65, yang lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,05, menunjukkan bahwa data didistribusikan secara normal.

Tabel 7. Hasil Multicollinearity

Variabel	Toleransi	VIF
Suasana toko (X1)	0,214	4,665
Keragaman produk (X2)	0,320	3,129
Kualitas layanan (X3)	0,239	4,189

Berdasarkan tabel 7, nilai variabel Toleransi Atmosfer Toko (X1) adalah 0,214, variabel Keanekaragaman Produk (X2) adalah 0,320, variabel Quality Service (X3) adalah 0,239. Sementara itu, nilai VIF variabel Atmosfer Toko (X1) adalah 4,665, dalam Keanekaragaman Produk (X2) adalah 3,129, dan variabel dalam Kualitas Layanan (X3) adalah 4,189. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai Toleransi dan VIF pada semua variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 8. Hasil Heteroscedasity

Variabel	Sig
Konstan	0,001
Suasana toko (X1)	0,739
Keragaman produk (X2)	0,214
Kualitas layanan (X3)	0,070

Berdasarkan tabel 8, hasil heteroscedasitas menggunakan uji glesjer menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel atmosfer toko (X1) adalah 0,739, variabel keragaman produk (X2) adalah 0,214, dan variabel kualitas layanan (X3) adalah 0,070. Semua variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai di atas standar signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa heteroscedastisitas tidak ada berdasarkan nilai ini.

Regresi Linier Ganda

Tabel 9. Hasil Regresi

variabel	coefisien	Kesalahan Std	t	Sendiri
(Konstanta)	.551	.243	2,270	.214
Suasana toko (X1)	.505	.109	4,630	<.001
Keragaman Produk (X2)	.184	.096	1,917	.058
Kualitas layanan (X3)	.180	.107	1,680	.096

Pada Tabel 9, uji regresi linier berganda mengungkapkan nilai konstan 0,551, menandakan efek dasar positif dari penyimpanan atmosfer, kualitas layanan, dan keragaman produk pada kesenangan pelanggan. Dengan kata lain, jika variabel independen ini tetap tidak berubah, kepuasan pelanggan akan tetap di 0,551.

Hitungan regresi koefisien variabel atmosfer toko (X1) sebesar 0,505 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% ke atmosfer toko akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,505. Temuan ini menunjukkan dampak positif dari suasana toko terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa suasana yang lebih baik mengarah pada peningkatan kesenangan pelanggan.

Nilai koefisien regresi untuk keragaman produk (X2) sebesar 0,184 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% untuk keragaman produk akan menumbuhkan kesenangan pelanggan sebesar 0,184. Koefisien positif ini menunjukkan bahwa semakin banyak pilihan produk yang ditawarkan, tingkat kesenangan pelanggan yang lebih tinggi.

Koefisien regresi 0,180 untuk kualitas layanan (X3) menyiratkan bahwa setiap kenaikan 1% dalam kualitas layanan menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,180, yang menunjukkan hubungan yang kuat dan signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinan R²

Tabel10. Hasil Koefisien Determinan R²

Pola	Rsquere	R Square yang Disesuaikan	F	Sig	Durbin- Watson
1	.744	.735	85.115	.001	1.732

Berdasarkan tabel 10, hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien penentuan model R-Square adalah 0,744 atau sama dengan 74,4%. Hal ini menunjukkan kemampuan pada variabel atmosfer toko, keragaman produk dan kualitas layanan untuk mempengaruhi variabel dependen sebesar 74,4%, sedangkan 25,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

kepuasan pelanggan

Hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara suasana toko, keragaman produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Ireng Coffee Shop, Kabupaten Nganjuk. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika ketiga variabel ini ditingkatkan, tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat secara signifikan. Penelitian ini didukung oleh temuan sebelumnya dari Chairunnisa et al., (2023) dalam penelitian di Awanbrew Coffee Pasuruan City. Penelitian menunjukkan bahwa suasana toko, perbedaan produk, kualitas layanan bersama-sama memiliki dampak yang signifikan pada kesenangan pelanggan. Hal ini menunjukkan konsistensi hasil penelitian di berbagai lokasi usaha kopi, bahwa faktor-faktor tersebut merupakan elemen kunci dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Suasana kedai kopi yang nyaman dan tenang memberikan pengalaman positif yang memperkuat kesan baik bagi pelanggan. Lingkungan fisik yang menyenangkan tidak hanya membuat pelanggan merasa seperti di rumah sendiri, tetapi juga mendorong keinginan untuk kembali. Selain itu, beragam menu yang ditawarkan memberikan pilihan yang luas bagi pelanggan, sehingga menciptakan rasa ingin tahu untuk mencoba menu lain dan menambah nilai lebih bagi pelanggan. Kualitas layanan juga menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif membuat pelanggan merasa dihargai dan diterima dengan baik. Sikap profesional dan perhatian karyawan menciptakan hubungan positif antara pelanggan dan penyedia layanan. Ini tidak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga mendorong pelanggan untuk merekomendasikan kedai kopi kepada orang lain.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan suasana kedai kopi yang baik, keragaman produk yang ditawarkan, dan peningkatan kualitas layanan dapat berdampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan.

Dampak suasana toko terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Suasana toko* sebagian berpengaruh signifikan terhadap kesenangan pelanggan di Kopi Ireng Coffee Shop, Kabupaten Nganjuk. Semakin baik suasana atau suasana yang ditawarkan oleh kedai kopi, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Efenddy, 2022) menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kopi Kangen Nganjuk. Kedai kopi perlu memberikan suasana yang nyaman bagi pelanggannya agar dapat memberikan kesan positif di benak pelanggan. Suasana toko dapat dijadikan alternatif untuk membedakan kedai kopi dengan yang lain (Nasution & Safina, 2022).

Kedai kopi Kopiah Ireng perlu meningkatkan suasana nyaman dan menarik di kedai kopi sehingga membuat pelanggan betah di Coffee Shop. Elemen atmosfer seperti ruang luar yang nyaman dengan kursi sintetis dan karpet menciptakan suasana yang tenang dan santai, yang merupakan daya tarik khusus bagi pelanggan. Oleh karena itu, meningkatkan suasana kedai kopi merupakan strategi penting dalam membangun loyalitas pelanggan melalui pengalaman positif.

Dampak keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa keragaman produk sebagian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Ireng, Kabupaten Nganjuk. Hal ini menunjukkan bahwa semakin beragam pilihan menu yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan literatur yang ada oleh Juvianti (2023) di PT Trisigma, di mana keragaman produk juga telah terbukti memiliki efek yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh keragaman produk, Semakin lengkap keragaman produk yang ditawarkan, semakin banyak kepuasan pelanggan yang akan meningkat (Indrasari, 2019). Keragaman menu menjadi nilai tambah yang mampu menarik pelanggan untuk kembali dan mencoba produk baru.

Adanya pengaruh tersebut menjadi bukti bahwa keragaman produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di kedai kopi Kopiah Ireng di Kabupaten Nganjuk. Pelanggan kedai kopi Kopiah Ireng lebih suka kedai kopi memiliki banyak menu yang ditawarkan sehingga mereka memiliki banyak pilihan dan juga dapat mencoba menu baru yang belum pernah mereka nikmati sebelumnya.

Dampak Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Studi tersebut mengungkapkan bahwa kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kesenangan pelanggan di Kopi Ireng Coffee Shop di Kabupaten

Nganjuk. Tingkat kualitas layanan yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih besar. Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya dari (Malau & Wardani, 2023) yang menemukan bahwa kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen di Café Ltropico by Haban. Layanan yang ramah dan responsif, serta kemampuan karyawan untuk memahami produk dan menangani keluhan pelanggan dengan cepat adalah kunci untuk menciptakan pengalaman positif.

Layanan yang dipersonalisasi dan penuh perhatian memberikan kesan bahwa pelanggan dihargai, sehingga membentuk hubungan emosional yang kuat dan mendorong kepuasan berkelanjutan (Rofiah et al., 2023). Ada hubungan yang kuat antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Memberikan layanan terbaik mendorong pelanggan untuk membentuk hubungan yang lebih dalam dengan ikatan. Pelayanan yang lebih baik yang diberikan dapat memberikan rasa nyaman bagi pelanggan untuk menggunakan suatu layanan/produk. Dengan demikian, kualitas pelayanan telah terbukti menjadi faktor penting dalam membangun dan meningkatkan kepuasan pelanggan di Kopi Ireng Coffee Shop, Kabupaten Nganjuk.

5. Kesimpulan

Menurut hasil penelitian mengenai pengaruh atmosfer toko, keragaman produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Ireng Coffee Shop Kabupaten Nganjuk, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Suasana toko yang nyaman dan tenang, beragam menu, serta pelayanan yang ramah dan responsif menjadi faktor utama yang mendorong pelanggan untuk merasa puas dan cenderung melakukan pembelian berulang. Semakin baik suasana toko, semakin beragam produk yang ditawarkan, dan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Ireng, Kabupaten Nganjuk.

Referensi

- Chairunnisa, & dkk. (2023). Pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Awanbrew Coffee Pasuruan City. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 566–577.
- Sasabila, M., & Afandy, Y. (2022). Pengaruh Suasana Toko dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Café Kopi Kangen Nganjuk, *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8.2 (2022),181-186.
- Haque-Fauzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sumarsi, D. (2022). Marketing Strategy Concept, Theory And Implementation. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Vol. 11, Edisi 1).
- Juvianti, PT (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen di PT Trisigma Globalindo.

- Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6 (5), 460.
- Kharisma, D., & dkk., (2023). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Berkah Yang Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i1.2210>.
- Kusumawathi, NWG, & dkk. (2019). *Pengaruh suasana toko, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Animan Coffee Studio*. *Jurnal Agribisnis dan Agriwisata*, 8(1), 1.
- Laetitia, S. I., Alexandrina, E., & Ardianto, SF (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Tanamera Coffee Pacific Place. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(1), 1699–1721.
- Malau, DE, JR, & Wardani, L. (2023). Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen DI CAFÉ LTROPICO BY HABAN. *El-Mal: Jurnal Studi Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 99–111. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3406>.
- Nasution, RH, & Safina, WD (2022). Pengaruh Suasana Toko, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap Keputusan Membeli Kopi Bel Medan Johor. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9 (2), 165–177. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.145>,
- Rofiah, W., & dkk. (2023). Pengaruh keragaman Produk, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian di toko online prambon nganjuk. *Jurnal Ilmu Sosial*, 01 (05), 1-11,
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015).
- Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, kualitas layanan dan suasana toko terhadap kepuasan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 40-60.
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S (2021). Pengaruh suasana toko dan kualitas produk pada keputusan pembelian Nick Coffee. *ULASAN EKOMBIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9 (1), 1–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>.