

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE* DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI BACARITO
KOPI PADANG**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi



HADZAYKA ERIYANTO

NIM 19059160

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI BACARITO KOPI PADANG

NAMA : Hadzayka Eriyanto
NIM / BP : 19059160/2019
DEPARTEMEN : Manajemen (S1)
KEAHLIAN : Pemasaran
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis

Padang, Januari 2024

Disetujui oleh:
Ketua Departemen Manajemen

Mengetahui
Pembimbing



Dr. Syahrizal, SE, M.Si
NIP. 19720902 199802 1 001



Dr. Susi Evanita, MS
NIP. 19630608 198703 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Departemen
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang

**PENGARUH SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BACARITO
KOPI PADANG**

NAMA	: Hadzayka Eriyanto
NIM / BP	: 19059160/2019
DEPARTEMEN	: Manajemen
KEAHLIAN	: Pemasaran
FAKULTAS	: Ekonomi dan Bisnis

Padang, Januari 2024

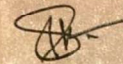
Tim Penguji

Tanda Tangan

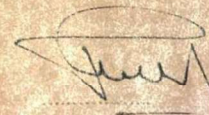
1. Dr. Susi Evanita, MS (Ketua)



2. Abror, SE, ME, Ph.D (Penguji)



3. Thamrin, S.Pd, MM (Penguji)



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hadzayka Eriyanto
NIM/Th Masuk : 19059160/2019
Tempat/Tgl Lahir : Padang, 01 September 2001
Departemen : Manajemen S1
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Asrama TNI AD Lapai blok N. 4
Hp/Telp : 082286683520
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image* dan *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* di Bacarito Kopi Padang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar sarjana yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Padang, Januari 2024
Penulis,



Hadzayka Eriyanto
NIM. 19059160

ABSTRAK

Hadzayka Eriyanto (2019/19059160) : **Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image*, dan *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* pada Bacarito Kopi Padang**

Pembimbing : **Dr. Susi Evanita, MS**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Service Quality*, *Brand Image*, dan *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* Pada Bacarito Kopi Padang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Bacarito Kopi Padang dengan jumlah sampel sebanyak 170 responden. Dalam penelitian ini dilakukan analisis menggunakan SPSS dengan SPSS 29. Hasil dari penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwa (1) *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Bacarito Kopi Padang. (2) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Bacarito Kopi Padang. (3) *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Bacarito Kopi Padang.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Brand Image*, *Store Atmosphere*, dan *Customer Satisfaction*

ABSTRACT

Hadzayka Eriyanto (2019/19059160) : The Influence of Service Quality, Brand Image, and Store Atmosphere on Customer Satisfaction at Bacarito Coffe Padang.

***Supervisor* : Dr. Susi Evanita, MS**

This research was conducted with the aim of analyzing and determining the influence of Service Quality, Brand Image and Store Atmosphere on Customer Satisfaction at Bacarito Kopi Padang. The type of research carried out is quantitative research. The population of this research is Bacarito Kopi Padang customers with a sample size of 170 respondents. In this research, analysis was carried out using SPSS with SPSS 29. The results of this research showed that (1) Service Quality had a positive and significant effect on Bacarito Kopi Padang Customer Satisfaction. (2) Brand Image has a positive and significant effect on Bacarito Kopi Padang Customer Satisfaction. (3) Store Atmosphere has a positive and significant effect on Bacarito Kopi Padang Customer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Store Atmosphere, and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Service Quality, Brand Image dan Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* Kota Padang**”. Skripsi ini sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, Alhamdulillah atas bimbingan, dorongan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, nikmat, dan kemudahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Teristimewa kedua Orang tuaku yang kucinta, untuk Ayah Eddi Eriyanto dan Ibu Fonda Nila Christine, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis serta menjadi donatur utama dalam administrasi perkuliahan. Terimakasih telah memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan ini.
3. Ibu Dr. Susi Evanita, MS selaku pembimbing yang telah memimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Abror, SE, ME, Ph.D selaku penguji 1 skripsi penulis.
5. Bapak Thamrin S.Pd, MM selaku penguji 2 skripsi penulis.

6. Bapak Perengki Susanto, S.E, M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
7. Bapak Dr. Syahrizal, S.E, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang.
8. Bapak Supan Weri Mandar, A.Md. selaku staf administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis dalam segala administrasi selama penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu, Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang serta kepada karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi.
10. Terimakasih kepada Pacar saya yang cekerbabat (Cewe kerudung bikin tobat) the one and only Azkia busuk.
11. Terimakasih pada motor kesayangan penulis “MJ” yang selalu membuat penulis bahagia.
12. Adik penulis yaitu Abi dan Apis busuk yang telah memberikan do’a dan dukungan selama menjalani kuliah dan penyelesaian skripsi ini.
13. Terimakasih kepada kucing peliharaan penulis Bemo, Blink, Cimot, Motci, yang selalu menemani dan menghibur penulis.
14. Kepada Adit, Figo, Genta, Lutfi, Arif, Lino yang senantiasa mendukung penulis dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

15. Terimakasih kepada teman teman Carabao Rockers yang telah menghibur penulis.

16. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan sedari MABA yang telah memberikan kenangan dan cerita semasa menjadi mahasiswa.

17. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri karena telah mampu berjuang dan menyelesaikan perkuliahan serta tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal yang baik dan mendapatkan imbalan dari Allah SWT, Aamiin. Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan dari isi skripsi ini di masa yang akan datang.

Padang, April 2024

Hadzayka Eriyanto

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	15
KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	15
A. Kajian Teori	15
1. Customer Satisfaction	15
2. Service Quality	17
3. Brand Image	20
4. Store Atmosphere	21
5. Hubungan Antar Variabel	23
B. Penelitian Yang Relevan	27

C. Kerangka Konseptual	31
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	34
C. Populasi dan Sampel	34
1. Populasi	34
2. Sampel.....	35
D. Jenis Dan Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
G. Instrumen Penelitian	40
I. Teknik Analisis Data	42
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
B. Uji Coba Instrumen Penelitian	50
C. Analisis Deskriptif	55
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
2. Deskripsi Frekuensi Penelitian.....	62
D. Analisis Induktif	68
1. Uji Asumsi Klasik	68
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4. Pengujian Hipotesis.....	74
E. Pembahasan	77
1. Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....	77

2. Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Satisfaction	78
3. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Customer Satisfaction.....	80
BAB V	82
KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran... ..	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pendapatan Bacarito Kopi Padang	5
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. Definisi Operasional	37
Tabel 4. Skala Likert.....	41
Tabel 5. Kriteria Interpretasi Skor	44
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction.....	51
Tabel 7. Uji Validitas Variabel Service Quality	52
Tabel 8. Uji Validitas Variabel Brand Image.....	53
Tabel 9. Uji Validitas Variabel Store Atmosphere	54
Tabel 10. Uji Reliabilitas Semua Variabel.....	55
Tabel 11. Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Domisili	56
Tabel 12. Karakteristik Responden pernah mengunjungi Bacarito Kopi Padang.	56
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	58
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	60
Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan jumlah kunjungan ke Bacarito Kopi Padang	60
Tabel 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Dalam rangka apa Saudara/i mengunjungi Bacarito Kopi Padang	61
Tabel 20. Distribusi Frekuensi Customer Satisfaction.....	62
Tabel 21. Distribusi Frekuensi Service Quality	64
Tabel 22. Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image.....	66
Tabel 23. Distribusi Frekuensi Variabel Store Atmosphere	67
Tabel 24. Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	68
Tabel 25. Uji Multikolinearitas Variabel Penelitian	70
Tabel 26. Analisis Regresi Linear Berganda Variabel Penelitian.....	72
Tabel 27. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	74
Tabel 28. Hasil Uji T.....	75
Tabel 29. Hasil Uji F.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi	6
Gambar 2. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi	7
Gambar 3. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi	8
Gambar 4. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi	8
Gambar 5. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi	11
Gambar 6. Kerangka Konseptual	33
Gambar 7. Uji Heteroskedektisitas	71

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Jumlah Konsumsi Kopi Indonesia.....	2
Grafik 2. Jumlah Coffee Shop Kota Padang.....	4

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2. Tabulasi Uji Coba Instrumen Penelitian.....	96
Lampiran 3. Tabulasi Data Olahan SPSS	105
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	122
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	123
Lampiran 6. Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji T.....	125
Lampiran 7. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	126
Lampiran 8. Uji F	126

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zaman dan teknologi terus berkembang pesat dan gaya hidup masyarakat juga ikut sejalan dengan perkembangan yang ada. Pesatnya perkembangan globalisasi telah membawa perubahan di segala bidang kehidupan. Di era globalisasi ini, para pengusaha dan pebisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam berbisnis. Ini akan menjadi keputusan yang memungkinkan sebuah perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor lain. Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis yang sibuk seperti kedai kopi dan kedai kopi telah muncul. Hal ini juga dibuktikan dengan peningkatan jumlah kedai kopi dan konsumsi kopi yang sangat signifikan. Tidak hanya bisnis ini yang sudah dijalankan oleh para pengusaha profesional, banyak anak muda yang mulai terjun ke dunia bisnis dengan memulai bisnis di bidang kuliner seperti membuka *coffe shop*.

Kopi merupakan minuman yang populer di dunia termasuk Indonesia. Sejak dulu hingga sekarang penggemar kopi tidak pernah berkurang dan tetap menjadi incaran. Hal ini ditandai dengan menjamurnya Bisnis Coffee shop di banyak kota di Indonesia termasuk di Kota Padang. Sekarang, bisnis ini sangat menjanjikan dikarenakan berkembangnya budaya atau tren minum kopi yang dinamakan Ngopi (Nodia, 2017). Kopi sudah menjadi bagian dari keseharian hampir bagi semua masyarakat terutama yang ada di kota-kota besar di Indonesia. Nongkrong dengan teman atau keluarga di *coffee shop* menjadi satu dari banyak alasan mengapa saat ini banyak bermunculan *coffee shop* baru. Berikut data konsumsi kopi di Indonesia:



Grafik 1. Jumlah Konsumsi Kopi Indonesia

Pada grafik 1 diatas dapat dilihat data jumlah konsumsi kopi di Indonesia, data tersebut diambil dari *International Coffee Organization (ICO)*. Berdasarkan data diatas diketahui bahwa konsumsi kopi di Indonesia mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram pada periode 2020/2021, jumlah itu meningkat 4,04% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 4,81 juta kantong berukuran 60 kg. Konsumsi kopi di Indonesia pada 2020/2021 pun menjadi yang tertinggi dalam sedekade terakhir. Konsumsi kopi Indonesia menjadi salah satu yang terbesar di dunia. Indonesia berada di urutan kelima atau di bawah Jepang yang konsumsi kopinya mencapai 7,39 juta kantong berukuran 60 kg. Sedangkan, produksi kopi Indonesia mencapai 774,6 ribu ton pada 2021.

Peningkatan konsumsi kopi masyarakat di Indonesia menyebabkan kreatifitas dalam mengolah kopi juga semakin meningkat, dapat dilihat dari berkembangnya *coffee shop* yang menawarkan berbagai macam variasi yang tidak hanya menawarkan rasa dari kopi saja, namun juga keunikan lainnya. *Coffee shop*

merupakan sebuah toko atau kedai yang fasilitasnya menyerupai café yang menawarkan berbagai macam jenis kopi. Bisnis *coffee shop* merupakan sebuah bisnis yang berkembang sangat pesat saat ini, kita dapat dengan mudah menemukannya dimana saja. Wijnands dan Kingwell dalam (Han et al., 2019) mengemukakan bahwa kopi merupakan salah satu minuman yang sangat terkenal dan banyak dikonsumsi secara global, sehingga tak bisa dimungkiri bahwa industri *coffee shop* telah muncul sebagai industri dengan persaingan yang sangat besar pada saat ini.

Perubahan yang terjadi pada pola kebiasaan masyarakat Indonesia saat ini dalam mengonsumsi minuman kopi dimana pada mulanya mereka menikmati kopi dari rumah saja, namun saat ini lebih cenderung memilih untuk mengunjungi langsung *coffee shop* yang menawarkan lebih banyak nilai dan kelebihan, seperti pelayanan yang memuaskan, suasana dan tempat yang nyaman dan mendukung, serta rasa kopi yang nikmat, sehingga mereka dapat merasakan total cost yang telah dikeluarkan sebanding dengan apa yang telah mereka dapatkan ketika mengunjungi *coffee shop* tersebut, Sehingga menyebabkan orang-orang tidak lagi mengonsumsi kopi dari rumah, namun memilih untuk mendatangi kedai kopi secara langsung. Pola perubahan kebiasaan dalam mengonsumsi kopi juga terjadi pada masyarakat di kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Industri *coffee shop* sudah semakin berkembang di kota Padang sehingga menimbulkan persaingan yang cukup ketat pada saat sekarang ini. Berdasarkan sumber melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang, *Padang.go.id (2021)*, jumlah *coffee shop* yang ada di Kota Padang pada tahun 2021 berjumlah 89.



Grafik 2. Jumlah Coffee Shop Kota Padang

Sumber : Arsip Badan Pendapatan Daerah Padang (2021)

Salah satu bisnis kuliner yang ada di Kota Padang yaitu Bacarito Kopi. *Coffee shop* Bacarito Kopi yang merupakan kedai kopi local asal Sumatera Barat. Bacarito Kopi mengusung movement yaitu #101%KopiLokal yang merupakan salah satu cara dalam mempromosikan kopi lokal di kancah nasional, khususnya kopi Sumatera Barat, tempat dimana pertama kali Bacarito Kopi hadir dan tumbuh. Bacarito Kopi sendiri menggunakan bahan biji kopi asli dari Sumatera Barat, Hal ini tentunya dapat membantu petani lokal untuk tetap berkembang. Bacarito Kopi juga mengusung branding kedai kopi mereka yang secara tidak langsung memperkenalkan budaya lokal yaitu budaya Minangkabau di kancah nasional. Hal ini dapat dilihat dari nama kedai kopi yaitu “Bacarito” yang memiliki arti bercerita dan merupakan bahasa Minang. Hal ini menunjukkan bahwa coffee shop Bacarito Kopi menawarkan sebuah value bahwasanya coffee shop mereka dapat menjadi

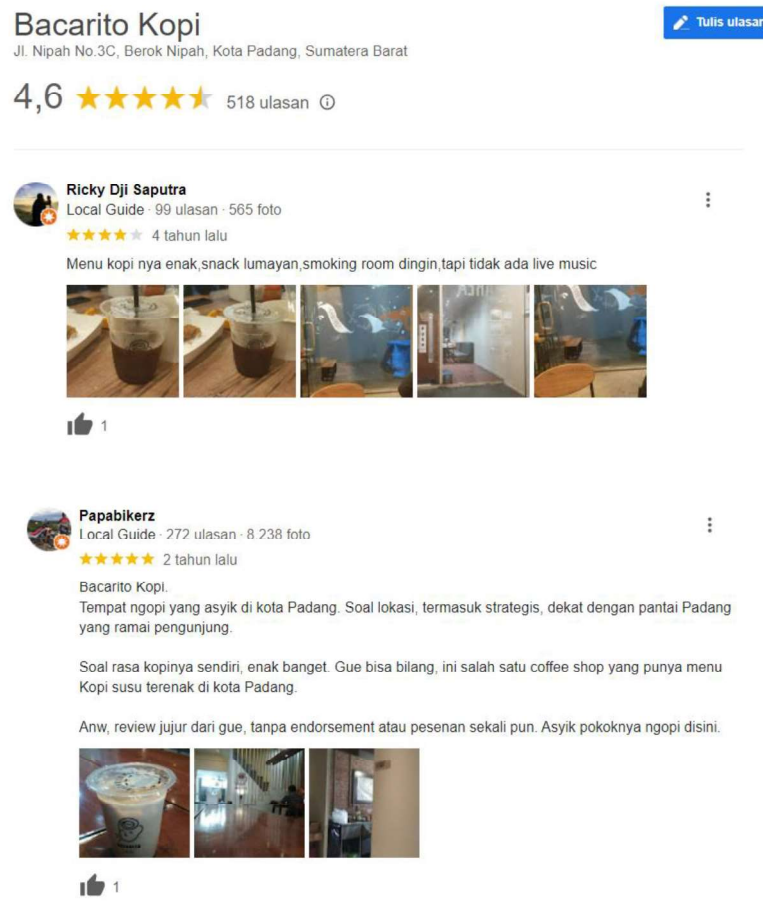
tempat yang baik untuk berinteraksi dan bercengkerama. Dari segi logo terbaru yang berbentuk segelas kopi dengan gonjong rumah gadang yang merupakan rumah adat provinsi Sumatera Barat, juga dapat menonjolkan budaya Minang. Kemudian Kedai Kopi yang resmi dibuka pada 15 September 2018 ini memiliki 14 tagline yaitu #BertemuBerbagiBacarito. Bacarito kopi juga dikenal dengan rasa kopinya yang enak dan pas. Sehingga kedai kopi ini banyak dikunjungi oleh masyarakat Kota Padang. Bacarito Kopi ini menyediakan berbagai menu makanan serta minuman.

Tabel 1. Data Pendapatan Bacarito Kopi Padang

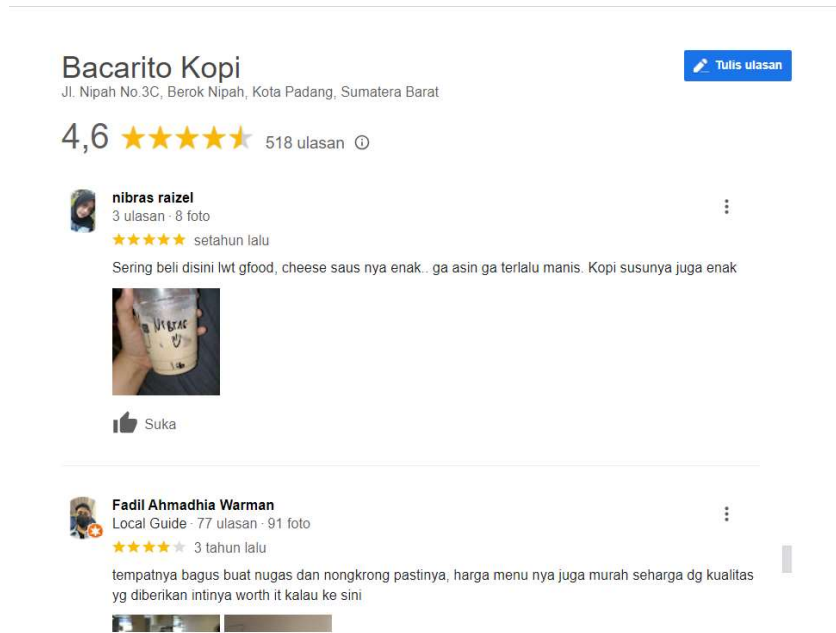
No	Bulan	Tahun		
		2021	2022	2023
1	Januari	Rp 231,957,400.00	Rp 198,796,800.00	Rp 183,345,000.00
2	Februari	Rp 227,970,500.00	Rp 192,808,400.00	Rp 156,102,400.00
3	Maret	Rp 258,722,700.00	Rp 218,391,700.00	Rp 148,647,700.00
4	April	Rp 167,954,250.00	Rp 139,068,500.00	Rp 172,666,900.00
5	Mei	Rp 92,366,500.00	Rp 192,571,200.00	Rp 151,465,080.00
6	Juni	Rp 209,840,900.00	Rp 192,903,350.00	Rp 142,788,600.00
7	Juli	Rp 185,422,500.00	Rp 157,541,250.00	Rp 125,035,100.00
8	Agustus	Rp 197,868,500.00	Rp 178,409,000.00	Rp 121,988,100.00
9	September	Rp 233,518,325.00	Rp 188,941,050.00	Rp 114,524,400.00
10	Oktober	Rp 255,125,750.00	Rp 196,221,850.00	Rp 144,518,500.00
11	November	Rp 226,330,400.00	Rp 173,919,700.00	Rp 123,468,300.00
12	Desember	Rp 273,354,900.00	Rp 174,282,400.00	Rp 128,333,500.00
Rata-rata pertahun		Rp 213,369,385.42	Rp 183,654,600.00	Rp 142,740,298.33

Berdasarkan tabel pendapatan Bacarito Kopi Padang diatas, terjadi penurunan dari setiap tahunnya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pengunjung Bacarito juga mengalami penurunan. Oleh sebab itu, Bacarito perlu mengatur strategi agar para pengunjung dapat lebih meningkat seperti dengan meningkatkan kepuasan para pengunjung Bacarito Kopi. *Customer Satisfaction* (kepuasan

konsumen) adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspektasikannya (Oliver, 1997). Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Qomariah, N. (2017) dalam (Student et al., 2021) yaitu: Layanan, Kepercayaan, Nilai, Harga, Merek, Atribut, Promosi, dan Store Atmosphere.



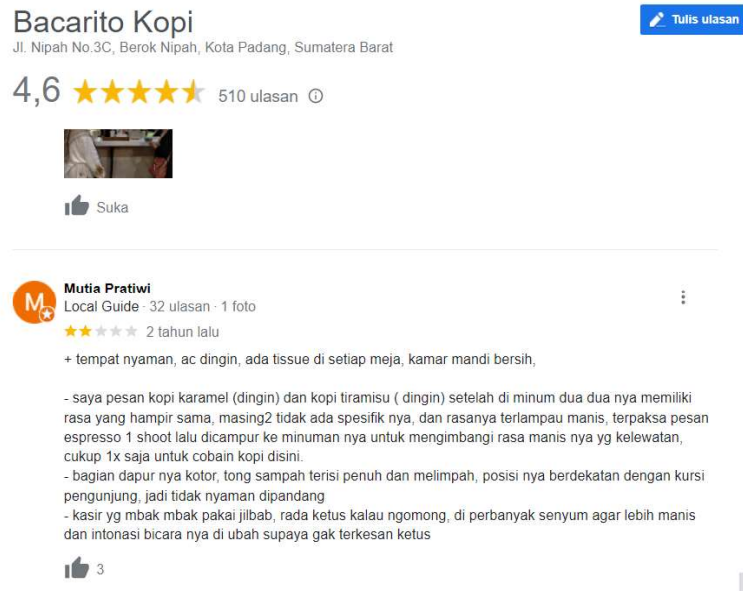
Gambar 1. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi



Gambar 2. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi

Berdasarkan ulasan Bacarito Kopi Padang diatas, kualitas produk yang dimiliki Bacarito sudah memuaskan para pengunjungnya. Konsumen Bacarito Kopi Padang memberikan ulasan positif terhadap produk seperti menu kopi susunya yang enak. Ulasan tersebut juga mengatakan bahwa harga yang diberikan kepada produk sesuai dengan kualitas yang diberikan. Bacarito Kopi selalu memberikan produk yang berkualitas dan bahan produk bahan baku yang digunakan untuk meracik makanan dan minuman juga menggunakan bahan yang berkualitas.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* yaitu Kualitas pelayanan (*Service Quality*). *Service quality* merupakan strategi bisnis dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen secara internal, berupa kecepatan dan keramahan pelayanan, kemudian secara eksternal, berupa fasilitas yang lengkap dan memadai secara implisit dan eksplisit (Keller & Kotler, 2007).



Gambar 3. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi



Gambar 4. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi

Service quality pada *coffee shop* pada umumnya di lihat oleh konsumen melalui keramahan dari karyawan, konsumen akan merasa senang dan nyaman jika dilayani dengan ramah, seperti tutur kata yang baik dan sopan dari karyawan serta wajah yang memberikan senyuman kepada konsumen. Namun, berdasarkan ulasan

konsumen Bacarito Kopi yang bersumber dari *Google Maps* masih terdapat beberapa pelanggan yang mengeluhkan tentang kurangnya Pelayanan yang diberikan oleh Bacarito Kopi.

Keluhan tersebut seperti intonasi berbicara dari karyawan Bacarito Kopi dinilai ketus dan kurang ramah saat melayani pelanggan. Bisnis *coffee shop* yang memiliki tingkat persaingan yang cukup tajam membuat para pebisnis berfikir untung meningkatkan *service quality* mereka terhadap konsumen. Karena meningkatnya persaingan membuat penyampaian *service quality* menjadi penting. Konsumen akan merasa senang jika mendapatkan layanan yang baik dan memuaskan dan mereka akan mempertimbangkan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada *coffee shop* yang menawarkan *service quality* yang baik. Ketika *service quality* yang ditawarkan oleh *coffee shop* baik, maka penilaian konsumen juga akan semakin baik.

Faktor lain dalam meningkatkan *Customer Satisfaction* adalah *Brand Image*. *Brand Image* adalah sebuah apresiasi atau penilaian dari seorang konsumen kepada produk yang telah dibelinya atau produk yang telah dibeli oleh konsumen lain berdasarkan pengalaman pembelian produk tersebut. *Brand image* termasuk aset terpenting berdasarkan suatu perusahaan yang membedakannya menggunakan perusahaan lain menurut gambaran yang terbangun dibenak masyarakat atas produk ataupun jasa yang dihasilkannya (Basit & Rahmawati, 2018).

Di era milenial saat ini, masyarakat mempunyai kesamaan *brand image* menjadi dasar sebelum melakukan pembelian suatu produk. Masyarakat beranggapan bahwa produk dengan *brand image* yang baik atau populer pada

pasaran akan lebih kondusif dan menawan daripada produk dengan brand image yang kurang populer pada pasaran.

Dengan adanya beberapa keluhan yang dirasakan oleh konsumen Bacarito Kopi, maka membuat *Brand Image* yang dimiliki Bacarito Kopi masih dianggap kurang baik. Pelayanan yang tidak memuaskan bisa mengakibatkan pelanggan merasa tidak puas menggunakan pelayanan yang diberikan dan bisa menurunkan brand image perusahaan menjadi negatif di mata pelanggan (Fernandes & Marlius, 2018). Apabila citra merek suatu produk sudah buruk, maka akan menjadi kecil persentase konsumen untuk membelinya, karena konsumen akan tergerak hatinya untuk mencari produk lain.

Faktor selanjutnya yang dapat meningkatkan *Customer Satisfaction* adalah *Store Atmosphere*. *Store Atmosphere* merupakan kombinasi dari fitur fisik toko, seperti arsitektur, tata letak, papan nama, dan tampilan, Warna, cahaya, suhu, suara, dan bau, semuanya membentuk dan membentuk citra di benak konsumen (Valentine, 2014). Suasana toko mengacu pada desain lingkungan melalui komunikasi visual, cahaya, warna, musik, dan wewangian untuk merangsang reaksi, persepsi, dan emosi pelanggan, dan pada akhirnya citra memengaruhi perilaku pembelian mereka. Pada gambar 1 terdapat ulasan pelanggan yang mengeluhkan mengenai bagian dapur yang kotor, tempat sampah dengan kondisi penuh dan sudah melimpah yang posisinya berdekatan dengan kursi pengunjung. Hal ini tentunya membuat pelanggan merasa tidak nyaman dan akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan saat mengunjungi Bacarito Kopi.



Gambar 5. Ulasan Pelanggan pada Google Maps Bacarito Kopi

Selain tempatnya yang kotor, ada juga pelanggan yang mengeluhkan suasana Bacarito Kopi yang sumpek karena keadaan yang sangat ramai. Keluhan-keluhan ini tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Bacarito Kopi.

Untuk mendapatkan kepuasan konsumen (*Customer satisfaction*) pelaku bisnis harus sangat memerhatikan fenomena yang terjadi. Untuk itu Bacarito Kopi perlu meningkatkan *Service quality*, *Brand Image*, *Store Atmosphere* yang dimiliki agar bisa mencapai kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan seberapa besar *Service Quality*, *Brand Image*, dan *Store Atmosphere* dapat mempengaruhi *Customer Satisfaction* pada pelanggan Bacarito Kopi. Judul yang diangkat oleh penulis pada penelitian ini adalah “*Pengaruh Service Quality, Brand Image, Dan Store Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction Pada Pelanggan Bacarito Kopi Padang*”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Barista yang kurang memperhatikan akan kebersihan lingkungan Bacarito Kopi Padang.
2. Pelayanan beberapa barista dan kasir yang kurang ramah dan agak jutek (judes).
3. Ruangan sempit, kotor dan parkir yang kecil serta kurang teratur.
4. Semakin banyaknya *Coffee Shop* di Kota Padang menciptakan persaingan yang ketat untuk memperoleh simpati pelanggan.
5. Adanya ekspektasi dalam hal pelayanan yang diharapkan pengunjung yang tidak sesuai dengan yang diharapkan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis menitikberatkan pembatasan pada pengaruh *service quality*, *brand image*, dan *store atmosphere* terhadap *customer satisfaction* di Bacarito Kopi Padang.

D. Rumusan Masalah

Dari latar Belakang penelitiann diatas, dapat dirumuskan rumusan masalah, yaitu

1. Sejauh mana pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Bacarito Kopi?
2. Sejauh mana pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* Bacarito Kopi?
3. Sejauh mana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* Bacarito Kopi?

E. Tujuan Penelitian

1. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Bacarito Kopi
2. Pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* Bacarito Kopi
3. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* Bacarito Kopi

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa manfaat penelitian baik secara teoritis maupun secara praktis bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat mengembangkan teori yang terkait dengan *customer satisfaction* khususnya tentang Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image* Dan *Store Atmosphere* dalam hal *Customer Satisfaction*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Manfaat Penelitian ini bagi penulis adalah untuk menyelesaikan studi Manajemen dan mengembangkan ilmu dalam bidang pemasaran.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kejelasan hasil dari variabel yang diteliti sehingga pada penelitian yang akan datang penelitian ini dapat dijadikan sebagai gap research dengan topik yang relevan dan bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan refleksi dan pertimbangan bagi perusahaan khususnya yang menjadi objek yang diteliti pada penelitian ini agar kedepannya dapat mempertahankan dan meningkatkan *Service Quality*, *Brand Image* dan *Store Atmosphere* yang dimiliki.