

Pengaruh Pelayanan, Harga dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan

Ayu Siti Rohma*¹
Agus Purnomo Sidi²

^{1,2} rogram Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

*e-mail: ayuhahihu01@gmail.com¹, agusps@asia.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk memahami dampak pelayanan, harga dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di RND Pool and Cafe. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan convenience sampling dan memilih 39 responden sebagai sampel. Teknik analisis data menggunakan analisis linier berganda dan pengujian regresi parsial. Aplikasi IBM SPSS Statistics membantu dalam pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana toko secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas konten penelitian dan menjadikan hasil yang diperoleh lebih dapat digeneralisasikan dan dapat diterapkan pada berbagai sektor usaha. Anda kemudian dapat menambahkan variabel penelitian seperti kualitas produk, rekomendasi, pemasaran, dll.

Kata kunci: Harga, Kepuasan Pelanggan, Pelayanan dan Store Atmosphere

Abstract

This research was conducted to understand the impact of service, price and store atmosphere on customer satisfaction at RND Pool and Cafe. The type of research used is explanatory research using quantitative methods. This study used convenience sampling and selected 39 respondents as samples. Data analysis techniques use multiple linear analysis and partial regression testing. The IBM SPSS Statistics application helps in data processing. The results showed that the quality of service and store atmosphere partially affect customer satisfaction, while price does not affect customer satisfaction. Further research is expected to expand the research content and make the results obtained more generalizable and applicable to various business sectors. You can then add research variables such as product quality, recommendations, marketing, etc.

Keywords: Price, Customer Satisfaction, Service and Store Atmosphere

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berangsur mengalami kemajuan dan mengacu pada modernisasi berbagai bidang, sehingga memudahkan segala aktivitas yang berujung pada peningkatan ketergantungan. Hal ini dipicu oleh aktivitas sehari-hari yang semakin kompleks. Akibatnya, timbul rasa jenuh dan bosan saat melakukan aktivitas tersebut. Melihat hal tersebut, seseorang membutuhkan waktu luang untuk menikmati segala hobinya, mendapatkan hiburan untuk menyegarkan pikiran dan membuat dirinya lebih rileks dan nyaman. Untuk itu, sebagian orang mencari tempat yang asyik dan menghibur untuk melepaskan diri dari segala rutinitas pekerjaan yang cenderung menimbulkan kebosanan.

Dari fenomena tersebut, bermunculan berbagai perusahaan di Indonesia dalam bidang jasa dan produk yang menawarkan berbagai alternatif menarik serta dipromosikan kepada setiap orang yang membutuhkan. Persaingan bisnis antar pengusaha tentu akan semakin ketat untuk mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki. Situasi ini memaksa perusahaan untuk mencari strategi yang cocok untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan harapan perusahaan akan tetap bertahan di pasar dan menonjol dari persaingan. Artinya, setiap perusahaan akan mengembangkan strategi pemasarannya masing-masing dan bagus perkembangan bisnis operasionalnya. Strategi yang dibutuhkan perusahaan adalah tetap pada sisi aman dengan tetap mempertimbangkan segala biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan agar tetap puas dengan layanan dan produk yang diberikan.

Khusus di Kota Malang banyak bertebaran tempat hiburan yang bergerak di bidang persewaan billiard, seperti halnya RND Pool and Cafe, ION Pool, Kriwul, OZ cafe dan billiard, Spectrum, dan lain-lain. Penelitian berfokus pada RND Pool and Cafe Usaha ini mempunyai kelebihan dibanding kompetitor-kompetitornya, yakni area billiard menjadi satu dengan cafe yang menyediakan berbagai makanan dan minuman, serta harganya ramah di kantong. RND Pool and Cafe berlokasi di Ruko Trowulan Square, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65142. Persaingan antar merchant billiard di Kota Malang yang semakin ketat membuat para pemilik bisnis bidang ini terus meningkatkan kualitas dan melakukan inovasi update pemasaran untuk terus menarik pelanggan untuk datang kembali. Dengan semakin banyaknya bisnis pool bermunculan, pelanggan dapat memilih tempat bermain pool. Beberapa kerja keras untuk bertahan dalam lingkungan komersial adalah memanjakan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas layanan, menjaga harga tetap stabil dan menciptakan atmosfir toko yang menyenangkan.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti suasana toko, tingkat pelayanan, harga, lokasi toko, atmosfir toko, kualitas produk (Kristiana & Muhammad, 2017); (Ramadhania, 2022); (Santoso, 2019). Namun penelitian berfokus pada tiga faktor saja yaitu pelayanan, harga dan store atmosphere.

Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang wajib dicapai oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah langkah komparatif antara mengalami dan mengevaluasi hasil, yang dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara mental, bukan hanya karena kenyamanan yang dibayangkan atau diharapkan. Kepuasan atau ketidakpuasan bukanlah emosi, tetapi hasil dari mengevaluasi emosi (Kristiana & Muhammad, 2017).

Pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting terhadap tercapainya kepuasan pelanggan. Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan dan proses dimana perusahaan mengendalikan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (Arif & Ekasari, 2021). Seringkali perusahaan hanya berfokus pada kualitas produk tetapi tidak dengan pelayanannya, hal tersebut tentunya berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Diungkapkan (Kurniawati et al., 2019) bahwa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang dapat menyebabkan naik turun tingkat kepuasan pelanggan adalah Harga. Harga adalah satuan mata uang atau ukuran lain yang mencakup barang dan jasa lain yang dipertukarkan untuk kepemilikan atau hak dalam menggunakan barang dan jasa. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah keseluruhan nilai barang atau jasa yang diberikan dalam bentuk uang (Rooroh et al., 2020). Selain itu, harga merupakan salah satu penentu keberhasilan operasi suatu perusahaan. Kesuksesan sebuah perusahaan dinilai dari seberapa besar keuntungan yang didapat dari harga yang ditetapkan saat menjual produk atau jasanya. Ketetapan atau besaran harga yang diputuskan perusahaan tentu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Hal itu diungkapkan oleh (Amalina, 2021); (Santoso, 2019) yang menemukan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu, store atmosphere juga dapat mempengaruhi kualitas kepuasan pelanggan. Suasana toko merupakan bagian penting dari sebuah toko atau kafe dan dapat memberikan efek sensori dominan yang diciptakan oleh desain toko atau kafe tersebut (Kusumawathi et al., 2019). Jika pemilik toko mengelola dengan baik, store atmosphere bisa menjadi senjata tajam dalam berkompetisi dengan kompetitor. Semakin bagus serta meningkatnya atmosfir toko sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang menemukan store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Kristiana & Muhammad, 2017).

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, namun tiap penelitian berbeda hasil dan pendapat dikarenakan objek penelitian berbeda-beda. Berdasarkan hal itu, maka penelitian dilakukan kembali.

Telaah Literatur Teori Pemasaran

Pemasaran adalah proses dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai satu sama lain. Kampanye pemasaran terpadu berarti bahwa setiap orang dan setiap bagian dari perusahaan terlibat dalam upaya terkoordinasi untuk memberikan kepuasan pelanggan dan dengan demikian mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, terdapat penyesuaian dan koordinasi antara produk, harga, saluran distribusi, dan kegiatan promosi untuk menjalin hubungan pertukaran yang kuat dengan pelanggan, yaitu harga store atmosphere harus sesuai dengan kualitas produk, dan kegiatan promosi harus sesuai dengan saluran distribusi harga dan kualitas produk. pertandingan dll (Steven Margo, 2022).

Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah alasan mengapa bisnis terus berkembang. Jika tidak ada pelanggan, kemana produk akan dijual? Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan memiliki posisi yang sangat penting dalam bisnis. Oleh karena itu, setiap bisnis harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kinerja produk relatif terhadap harapan pembeli. Pelanggan akan kecewa jika kinerja produk tidak seperti yang diharapkan. Pelanggan puas jika kinerja produk seperti yang diharapkan. Pelanggan sangat senang ketika kinerja melebihi harapan (Kurniawati et al., 2019).

Pelayanan

Jasa adalah suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang tidak terlihat (tak tersentuh) yang terjadi sebagai hasil interaksi antara pelanggan dengan pegawai atau sesuatu yang lain yang ditawarkan oleh perusahaan penyedia jasa untuk memecahkan suatu masalah. Kualitas pelayanan adalah ketepatan penyampaian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memenuhi harapan pelanggan (Rooroh et al., 2020).

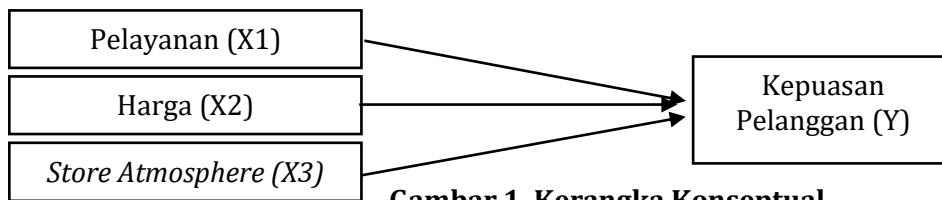
Harga

Istilah harga digunakan untuk menentukan nilai ekonomis suatu produk atau jasa. Biasanya kata harga digunakan dalam bentuk angka nominal, angka dalam kaitannya dengan nilai tukar, yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai kualitas barang atau jasa (Arif & Ekasari, 2021). Harga terdiri dari indikator yaitu kesesuaian harga, kesesuaian harga dengan produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan fasilitas dan kesesuaian harga dengan pelayanan. Dalam ilmu ekonomi, harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk atau jasa, serta variabel yang menentukan perbandingan produk atau barang sejenis.

Store Atmosphere

Suasana toko adalah kombinasi dari desain lingkungan dan karakteristik toko, baik fisik maupun emosional, seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, tampilan, warna, suhu, musik, aroma, seragam, dll., untuk menciptakan daya tarik dan keinginan pelanggan dan membangun pembelian. Mood atau suasana adalah pembentukan lingkungan dengan bantuan komunikasi visual, pencahayaan, musik, warna dan bau. Ini digunakan untuk merencanakan respons emosional dan persepsi pelanggan yang memengaruhi pilihan pelanggan saat memilih lokasi (Rooroh et al., 2020). Dalam hal menciptakan daya saing, pemasar percaya bahwa ketika pelanggan berada di lokasi fisik atau lingkungan belanja, keinginan mereka untuk membeli lebih terstimulasi.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber : diolah penulis, 2023

Pengembangan Hipotesis

Hubungan Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah ukuran seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Ini adalah salah satu metrik terpenting yang terkait dengan pembelian dan loyalitas pelanggan. Pelanggan puas jika dilayani dengan baik dan harapannya terpenuhi karena menunjukkan bahwa perusahaan menghargai pelanggan tersebut dan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya salah satunya dengan memberikan pelayanan prima. Oleh karena itu, pelanggan cenderung membeli dari perusahaan yang mereka yakini paling sesuai dengan harapan mereka dan memberikan layanan yang berkualitas (Turmono & Fairuz, 2020). Semakin prima pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan tercipta. Sesuai dengan penelitian (Sambara et al., 2021); (Widodo et al., 2020); (Mariansyah & Syarif, 2020) yang membuktikan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut dapat diajukan hipotesis pertama:

H1: Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan Harga dan Kepuasan Pelanggan

Harga adalah satuan nilai yang diberikan pada suatu komoditas sebagai indikasi jumlah usaha yang dilakukan produsen/pemilik untuk memproduksinya. Dalam teori ekonomi dikemukakan bahwa harga suatu komoditi atau jasa dalam persaingan pasar ditentukan oleh penawaran dan permintaan pasar (Abadi & Herwin, 2019). Selain itu, harga adalah sesuatu yang perannya sangat penting karena langsung dihadapkan dengan beberapa keadaan seperti tingkat kepuasan pelanggan. Semakin cocok atau normalnya harga produk atau jasa yang ditetapkan perusahaan, maka tingkat kepuasan pelanggan cenderung akan besar. Hal itu sesuai dengan penelitian (Senggetang et al., 2019); (Cahya et al., 2021); (Amalina, 2021) yang menemukan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut didapatkan hipotesis kedua:

H₂: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan Store Atmosphere dan Kepuasan Pelanggan

Store atmosphere sangat penting untuk setiap bisnis karena berperan dalam menciptakan suasana yang menyenangkan dan nyaman sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan ingin berlama-lama berada di dalam toko. Suasana toko dirancang untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan (Sambara et al., 2021). *Store atmosphere* di tempat usaha berdampak langsung terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Terlihat bahwa jika atmosfir dalam toko tercipta dengan baik, kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan, dan pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan setia. Hal itu

sesuai dengan penelitian yang diungkapkan (Kristiana & Muhammad, 2017); (Ramadhania, 2022); (Kusumawathi et al., 2019) bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut diperoleh hipotesis yang ketiga:

H3: *Store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

METODE

Karakteristik responden digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai data demografi responden. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan, diperoleh data responden pelanggan RND Pool and Cafe sebanyak 39 orang. Karakteristik responden menggambarkan tentang komposisi jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, rekan main, waktu yang dihabiskan di RND Pool and Cafe, dll. Adapun pembagian karakteristiknya adalah sebagai berikut.

Tabel 1 Demografi Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki - Laki	17	43,6
	Perempuan	22	56,4
Usia	17 - 22 Tahun	18	46,2
	23 - 28 Tahun	19	48,7
	29 - 34 Tahun	2	5,1
Pekerjaan	Lainnya	8	20,5
	Pegawai Swasta	8	20,5
	Pelajar/Mahasiswa	17	43,6
	Tidak Bekerja	1	2,6
	Wiraswasta	5	12,8
Status Pernikahan	Belum Menikah	36	92,3
	Cerai	1	2,6
	Menikah	2	5,1
Pendapatan per Bulan	< Rp. 2.500.000	26	66,7
	>= Rp. 10.000.000	1	2,6
	Rp. 2.500.000 - Rp. 4.999.999	9	23,1
	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.499.999	3	7,7
Rata-rata Waktu	< 1 jam	6	15,4
	> 3 jam	12	30,8
	1 - 3 jam	21	53,8
Rekan	Lainnya	4	10,3
	Pimpinan / Rekanan Kantor	1	2,6
	Teman Kantor	4	10,3
	Teman Main / Teman Kampus	26	66,7
	Teman Main / Teman Kampus, Lainnya	1	2,6
	Teman Main / Teman Kampus, Teman Kantor	2	5,1
	Teman Main / Teman Kampus, Teman Kantor, Pimpinan / Rekanan Kantor	1	2,6
Hari Pergi	Akhir Pekan (Sabtu/Minggu)	16	41,0
	Hari Kerja (Senin-Jum'at)	1	2,6
	Sewaktu-waktu	22	56,4
Waktu Kunjungan	Malam (di atas jam 20.59)	14	35,9
	Siang (11.00 - 15.59)	1	2,6
	Sore (16.00-20.59)	24	61,5

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, diambil dari kuesioner yang disebarakan melalui google form. Data sekunder untuk pengumpulan informasi sumber data yang dikumpulkan berdasarkan pembelian dan jasa secara *impulsive* pada RND Pool and Cafe, Malang.

Lokasi penelitian ini dilakukan di RND Pool and Cafe, tepatnya di Ruko Trowulan Square, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65142. Data yang diambil menggunakan metode kuesioner skala likert yang dilaksanakan pada bulan April 2023.

Populasi didalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk dan pengguna layanan jasa dari RND Pool and Cafe. Ditentukan oleh metode *purposive sampling*. Purposive sampling digunakan sebagai filter untuk menetapkan sampel yang digunakan yang berjumlah 39 responden.

Analisis data penelitian kuantitatif menggunakan analisis uji validitas, realibilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji f dan analisis regresi. Analisis regresi adalah sebuah analisa yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan, membangun persamaan dan membuat ramalan untuk memprediksi nilai variabel dependen (Y) berdasarkan variabel independen (X).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validasi menggunakan korelasi *bivariat Pearson*. Nilai Rhitung > Rtabel 0,3202 memenuhi kriteria keputusan dan dapat disimpulkan seluruh pertanyaan dianggap valid. Selain itu, berdasarkan uji reliabilitas, nilai *Cronbach alpha* (α) pelayanan, harga, *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan masing-masing sebesar 0,962, 0,940, 0,958 dan 0,890 yang menunjukkan bahwa Cronbach alpha seluruh variabel adalah $\geq 0,60$. Indikator-indikator dalam kuesioner cenderung konstan atau konsisten ketika dijelaskan kepada responden.

Normalitas Data

Uji normalitas menentukan apakah data mengikuti distribusi normal. Metode yang digunakan adalah metode *one-sample kolmogrove-smirnov*. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal, sebaliknya data berdistribusi tidak normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai *kolmogrov-smirnov* sebesar 0,117 dan tingkat signifikansi 0,198 sehingga 0,198 > 0,05 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Koefisien Determinasi

Tabel 2 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,825	,680	,653	2,003

Sumber : Data Diolah, 2022

Nilai *multiple R* pada Tabel 1 sebesar 0,825 yang berarti hubungan antara pelayanan, harga, *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan adalah kuat. Nilai *R-squared* sebesar 0,680 menunjukkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,680 atau 68%. Sebanyak 86,5% kepuasan pelanggan dijelaskan oleh pelayanan, harga, *store atmosphere* dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian. Nilai *adjust R-squared* sebesar 0,653 atau 65% merupakan nilai kemampuan variabel pelayanan, harga, *store atmosphere* dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan.

Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dengan nilai *variance inflation factor* (VIF). Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, diperoleh nilai VIF pelayanan sebesar 1.709, harga 2.317 dan *store atmosphere* 2.367. Ketika nilai VIF variabel independen < 10 atau tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF > 10 sehingga disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas diuji menggunakan uji korelasi 2 sisi *spearman's rho* dengan tingkat sig 0,05. Dilihat dari hasil uji heteroskedastisitas diperoleh nilai pelayanan sebesar 0,849, harga 0,952 dan *store atmosphere* 2.37. Kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas karena signifikansi ketiga variabel lebih besar dari 0,05.

Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,553	2,152		1,187	,243
Pelayanan	,306	,088	,437	3,497	,001
Harga	,002	,076	,003	,024	,981
Store Atmosphere	,332	,102	,480	3,265	,002

Sumber : Data Diolah, 2022

Konstanta 2,553 merupakan nilai kepuasan pelanggan tanpa variabel pelayanan, harga dan *store atmosphere*. Nilai normal tersebut mengasumsikan nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 2,553 ketika variabel independen tetap. Nilai pelayanan sebesar 0,306 bertanda positif menunjukkan hubungan satu arah dengan kepuasan pelanggan. Jika pelayanan meningkat satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,306 dan sebaliknya. Nilai harga sebesar 0,002 menunjukkan hubungan satu arah terhadap kepuasan pelanggan. Jika harga naik satuan maka kepuasan pelanggan naik 0,306 begitu pula sebaliknya. Nilai *store atmosphere* sebesar 0,332 bertanda positif menunjukkan hubungan satu arah dengan kepuasan pelanggan. Jika *store atmosphere* meningkat satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,332 dan sebaliknya.

Uji Hipotesis

Variabel pelayanan memiliki nilai t-hitung 1,187 > t-tabel 1,687 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,050 maka pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis pertama diterima. Variabel harga memiliki tingkat signifikansi 0,981 > 0,050 dan nilai t-hitung 0,024 < t-tabel 1,687, maka harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis kedua ditolak. Variabel *store atmosphere* dengan tingkat signifikansi 0,002 < 0,050 serta t-hitung 3,265 > t-tabel 1,687, maka *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis ketiga diterima.

Pembahasan

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa setiap kenaikan pelayanan diiringi dengan kenaikan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa pelayanan adalah sumber utama bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Jika pelayanan bagus maka tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh juga besar, begitupun sebaliknya. Diharapkan manajemen dapat mempertahankan

kinerja perusahaan dengan baik agar pelayanan yang didapat terus meningkat (Kurniawati et al., 2019). RND Pool and Cafe menurut responden sudah baik dalam melakukan pelayanannya. Hendaknya lebih ditingkatkan lagi dan dievaluasi secara berkala serta kualitas pelayanan harus dijaga minimal agar pelanggan tetap puas terhadap pelayanan RND Pool and Cafe. Hasil penelitian didukung penelitian (Mariansyah & Syarif, 2020); (Santoso, 2019); (Kurniawati et al., 2019) yang sejalan lurus menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya setiap kenaikan dan penurunan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui agar tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan perlu dilakukan penelitian lanjut, disini penulis hanya bisa memberikan kemungkinan yang menyebabkan harga tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan adalah dengan melakukan penelitian pada tempat, pelanggan lebih banyak mengandalkan kualitas pelayanan dan tempat yang nyaman dalam menikmati fasilitas di RND Pool and Cafe, sehingga dalam hal ini harga tidak menjadi bagian yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dan didukung oleh penelitian (Kurniawati et al., 2019); (Wahyono & Saputra, 2023); (Suwikromo et al., 2022) yang menemukan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Store atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya tata letak yang bagus dan strategis modern di RND Pool and Cafe akan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Suasana suatu toko terhubung dengan suasana yang diciptakan oleh desain visual, tata letak, pencahayaan, musik, dll, dan dapat menciptakan lingkungan berbelanja yang nyaman, yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan (Ramadhania, 2022). Berdasarkan karakteristik responden di RND Pool and Cafe rata-rata anak muda, dan pastinya suka dan senang ketika main di tempat *billiard* dengan suasana yang nyaman sehingga memengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian didukung oleh penelitian (Ramadhania, 2022); (Arif & Ekasari, 2021); (Rooroh et al., 2020) yang menemukan *store atmosphere* atau suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatkan dan bagusnya pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan diharapkan dengan pelayanan yang baik, pelanggan mendapatkan kepuasan dan sering menggunakan jasa di RND Pool and Cafe. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga merupakan faktor yang tidak terlalu penting, dikarenakan pelanggan dalam kepuasaannya hanya berfokus pada pelayanan dan suasana yang nyaman di RND Pool and Cafe. *Store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Suasana toko merupakan faktor penting dsalam peningkatkan kepuasan pelanggan, dikarenakan dalam dunia sewa *billiard* pelanggan cenderung memerhatikan suasana dan kenyamanan saat menggunakan jasa di tempat sewsa. Diharapkan pihak manajemen selalu memerhatikan kualitas pelayanan dan suasana toko untuk memanjakan kepuasan pelanggannya dan meningkatkan pendapatan dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas komponen penelitian agar hasil yang diperoleh dapat lebih general dan digunakan untuk semua sektor usaha. Kemudian dapat menambah variabel penelitian seperti kualitas produk, testimoni, pemasaran dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., & Herwin, H. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.235>
- Abadi, F., & Herwin, H. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.235>
- Arif, D., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ecopreneur*, 12, 3(2), 139. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i2.780>
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Kristiana, M., & Muhammad, E. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 01(01), 113–117.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>
- Kusumawathi, N. W. G., Darmawan, D. P., & Suryawardani, I. G. . O. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Seniman Coffee Studio. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24843/jaa.2019.v08.i01.p01>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Ramadhania. (2022). Analysis Of The Effect Of Service Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction Of Mbrio Billiard In Padang City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 35–41. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- Sambara, J., Tawas, H. N., Samadi, R. L., Pengaruh, A., Produk, K., Dan, K. P., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe 3.Am Koffie Spot Manado. 9(4), 126–135.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Steven Margo. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pentagon Cafe & Billiard Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 2.
- Suwikromo, R. M., Soegoto, A. S., & Ogi, I. W. . (2022). Analisis Kualitas Produk Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 410. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42278>
- Turmono, T., & Fairuz, A. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiki Tegal Parang a258P Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(2), 63–79. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v15i2.754>

- Wahyono, F. N., & Saputra, R. A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warbon Kopi. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 270–281. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.306>
- Widodo, A., Ardilla, S., & Arsid. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. *Akuntansi Manajemen*, 3(1), 1.
- Dira Cafe and Pool Ambulu. *Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER*.
- Arif, D., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ecopreneur*, 12, 3(2), 139. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i2.780>
- Cahaya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Marketing : an introduction*.
- Kristiana, M., & Muhammad, E. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 01(01), 113–117.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>
- Kusumawathi, N. W. G., Darmawan, D. P., & Suryawardani, I. G. . O. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Seniman Coffee Studio. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24843/jaa.2019.v08.i01.p01>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Ramadhania. (2022). Analysis Of The Effect Of Service Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction Of Mbrio Billiard In Padang City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 35–41. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- Sambara, J., Tawas, H. N., Samadi, R. L., Pengaruh, A., Produk, K., Dan, K. P., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe 3.Am Koffie Spot Manado. 9(4), 126–135.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Steven Margo. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pentagon Cafe & Billiard Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 2.
- Turmono, T., & Fairuz, A. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiki Tegal Parang a258P Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(2), 63–79. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v15i2.754>
- Widodo, A., Ardilla, S., & Arsid. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. *Akuntansi Manajemen*, 3(1), 1.