

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, FASILITAS DAN *STORE
ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
HOMELY KOFFE KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat guna
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen



OLEH:
DINAR MAHARDIKA
NPM : 2112010327

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI INDONESIA
2025**

Skripsi Oleh:

DINAR MAHARDIKA
NPM: 2112010327

Judul:

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, FASILITAS DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *HOMELY KOFFE KEDIRI*

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi Manajemen
FEB UN PGRI Kediri

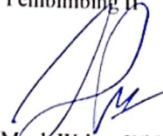
Tanggal: 09-07-2025

Pembimbing I



Dian Kusumaningtyas, S.E., M.M.
NIDN. 0703108302

Pembimbing II



Moch Wahyu Widodo, S.E., M.M.
NIDN. 0721088505

Skripsi oleh:

DINAR MAHARDIKA
NPM: 2112010327

Judul:

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, FASILITAS DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *HOMELY KOFFE KEDIRI*

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri
Pada tanggal:

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji

- | | | |
|---------------|---------------------------------------|---|
| 1. Ketua | : Dian Kusumaningtyas, S.E., M.M |  |
| 2. Penguji I | : Itot Bian Raharjo, S.Pd., S.E., M.M |  |
| 3. Penguji II | : Moch. Wahyu Widodo. S.E., M.M |  |

Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

MOTTO:

“kehidupan terkadang berada di luar kendali kita, jadi jalani dengan bersungguh-sungguh, urusan hasil bukan kita yang menentukan tapi usaha kita”.

(Sapri (saya pribadi))

“Jika kau tidak mau mengambil resiko, kau tidak dapat menciptakan masa depan dan manusia akan menjadi lebih kuat seiring halangan ombak yang menghadang mereka”

(Monkey D luffy & Zoro)

KUPERSEMBAHKAN KARYA INI UNTUK:

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan.

Dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Allah Swt, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua tercinta, kakakku, sahabat, dan teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama	: Dinar Mahardika
Jenis Kelamin	: Laki – laki
Tempat/tgl. Lahir	: Tulungagung/ 10 Agustus 2002
NPM	: 2112010327
Fak/Jur./Prodi.	: FEB/ SI Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri,
Yang Menyatakan



DINAR MAHARDIKA
NPM: 2112010327

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke Hadirat Allah SWT karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu padaaa Kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Allah S.W.T., atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir tepat waktu.
2. Dr. Zainal Afandi, M.Si., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Dian Kusumaningtyas, S.E, M.M., selaku dosen pembimbing 1.
6. Moch, Wahyu Widodo, S.E, M.M., selaku dosen pembimbing 2.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
8. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan inspirasi, dorongan, serta dukungan baik secara moral maupun materil kepada penulis hingga saat ini.
9. Seluruh pihak Homely kofe terutama kepada pemilik dan manajer yang selalu memberikan kesempatan dan dukungan untuk melakukan penelitian.
10. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka tegur, sapa, kritik dan saran dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,



DINAR MAHARDIKA
NPM. 2112010327

RINGKASAN

Analisis Pengaruh *Customer Experience*, Fasilitas dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Homely Koffe Kediri. Dinar Mahardika, NPM 2112010327, Tahun 2025, Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Dian Kusumaningtyas, M.M. (Pembimbing 1) dan Moch. Wahyu Widodo, M.M. (Pembimbing 2)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya industri *Food & Beverage* di Kota Kediri, khususnya kafe, yang menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan terbaik guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Homely Koffe Kediri dipilih sebagai objek penelitian karena letaknya yang strategis dan upayanya dalam menciptakan suasana yang menarik bagi pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *customer experience*, fasilitas, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Homely Koffe. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS, serta melalui serangkaian uji seperti uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *customer experience*, fasilitas, dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, ketiga variabel tersebut juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan variabel *customer experience* sebagai faktor yang paling dominan. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pelaku usaha untuk lebih memperhatikan aspek pengalaman pelanggan, kelengkapan fasilitas, serta penciptaan suasana toko yang nyaman guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	1
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Motto:	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Prakata	vi
Ringkasan	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah	5
C. Tujuan penelitian	5
D. Manfaat penelitian	6
BAB II Landasan Teori	8
A. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Kepuasan Pelanggan	8
B. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel <i>Customer Experience</i>	13
C. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Fasilitas	17
D. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel <i>Store Atmosphere</i>	22
E. Kerangka Berpikir	27
F. Hipotesis Penelitian	29
BAB III Metode Penelitian	30
A. Desain penelitian	30
B. Definisi Operasional	31
C. Alat, Bahan, dan atau Instrumen Penelitian	33
D. Populasi dan Sampel/ Objek Penelitian/ Subyek Penelitian	39
E. Prosedur Penelitian	41
F. Tempat dan Waktu Penelitian	42
G. Teknik Analisis Data	43

H. Uji Deskriptif Data	43
I. Uji Asumsi Klasik	43
J. Uji Analisis Data.....	44
K. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R square</i>).....	46
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan	47
A. Hasil penelitian	47
B. Pembahasan	60
BAB V Penutup.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Variabel Kepuasan Pelanggan.....	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Variabel <i>Customer Experience</i>	15
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Variabel Fasilitas.....	20
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Variabel <i>Store Atmosphere</i>	25
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Instrumen.....	34
Tabel 3.2 Kisi-kisi Angket Penelitian	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4 Jumlah responden berdasarkan melakukan pembelian	50
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Customer Experience	51
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas.....	52
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Store Atmosphere	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorof.....	53
Tabel 4.10 Tabel uji kolmogorof.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	58
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Silmutan).....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka konseptual	31
Gambar 3.2 Prosedur Penelitian.....	39
Gambar 3.3 Prosedur Penelitian.....	41
Gambar 4. 1 Logo Homely	47
Gambar 4.2 Gambar Heteroskedastisitas.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi	69
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	70
Lampiran 3 Output Spss	74
Lampiran 4 Permohonan Izin Penelitian	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perekonomian terus berkembang, seperti pada sektor pariwisata, yang tentunya diikuti perkembangan industri lain seperti industri perhotelan, tempat wisata, tempat kuliner, dan yang paling banyak di sektor kafe dan restoran, daya tarik lingkungan dan fasilitas yang ditawarkan mungkin mempunyai peranan vital untuk membentuk kesan yang baik terhadap pelanggan serta menumbuhkan rasa puas bagi pelanggan. menciptakan pengalaman Pelanggan yang positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Persaingan yang ketat mendorong pelaku bisnis di sektor ini untuk terus berinovasi untuk menyediakan pelayanan yang nyaman serta menghibur sesuai dengan ekspektasi konsumen (Cahyaning et al., 2024). Saat ini, sektor bisnis jasa mengalami perkembangan yang signifikan dalam upaya memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan dari beragam latar belakang, mulai dari pelajar hingga kalangan profesional. Kebutuhan akan tempat untuk bersantai dan mengurangi tingkat stres mendorong pertumbuhan jenis usaha tertentu. Salah satu bentuk usaha yang menunjukkan pertumbuhan pesat adalah bisnis di bidang makanan dan minuman (*Food & Beverage*), seperti *café*.

Perekonomian Kota Kediri pada tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 3,43persen, meningkat dibandingkan pertumbuhan tahun 2023 yang hanya 1,92. Laju pertumbuhan ekonomi Kota Kediri mengalami perlambatan dibandingkan tahun 2022 yang mencatatkan pertumbuhan sebesar 3,96 persen. Meskipun demikian, seluruh lapangan usaha tetap menunjukkan pertumbuhan yang positif (Kediri, 2024). saat ini kota kediri semakin berkembang dengan banyaknya pembangunan yang dilakukan di kota kediri seperti pembangunan Bandara Udara *International* Dhoho dan juga pembangunan jalan Tol, yang pastinya membuat perekonomian di kota kediri semakin berkembang pesat sehingga memungkinkan ada peluang untuk mendirikan dan mengembangkan usaha.

Tercatat tahun 2020, tercatat bahwa di kota Kediri pada industri kreatif meliputi IKM di sektor fashion, kriya atau kerajinan, kuliner, desain produk, serta animasi, film, dan video tercatat sebanyak 1.562 unit. Jumlah tersebut mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar 260 unit, sehingga totalnya mencapai 1.822

IKM. Tanto melaporkan bahwa pada tahun 2021 terdapat pertumbuhan pada aspek jenis ekonomi kreatif yang mencakup: 49 unit industri kriya/kerajinan, 138 unit industri kuliner, 35 unit industri *fashion*, 16 unit industri desain produk, dan 22 unit industri film dan video (Diskominfo, 2022).

Perkembangan bisnis jasa saat ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai lapisan masyarakat, mulai dari pelajar hingga kalangan pekerja, yang membutuhkan ruang untuk bersantai dan melepaskan kepenatan. Salah satu sektor bisnis yang berkembang dengan cepat adalah industri makanan dan minuman (*Food & Beverage*), khususnya *cafe* (Cahyaning et al., 2024).

Cafe merupakan salah satu usaha yang sering dijalankan oleh pelaku bisnis. (Oktavia, 2020) menyebutkan bahwa *cafe* dapat menjadi tempat yang cocok untuk konsumen yang akan melakukan aktivitas seperti meeting, diskusi ringan atau bahkan hanya sekedar bersantai melupakan segala hiruk pikuk yang terjadi. *Cafe* merupakan suatu bentuk usaha komersial pada bidang penyediaan makanan dan minuman, yang menyajikan hidangan utama maupun makanan ringan kepada pelanggan dalam suasana santai dan informal, tanpa terikat pada aturan pelayanan yang bersifat kaku atau formal (Islam & Sumatera, 2023). Karena peminat dari usaha ini sangat banyak dikalangan anak muda dan perkembangan bisnis ini semakin melaju dengan pesat di daerah kota besar apalagi berdekatan dengan kawasan kampus, salah satunya di Kota Kediri. Ada banyak *cafe* yang ada di Kota Kediri salah satunya yaitu *Homely Koffe*.

Homely Koffe merupakan salah satu contoh kafe terkenal di Kota Kediri memiliki lokasi yang strategis karena berdekatan kampus UNP KEDIRI dan berhasil menarik minat pengunjung pada malam hari dengan adanya hiburan *live music* setiap malam ditambahi dengan band-band yang terkenal dan even yang sering diadakan. Banyaknya jumlah *cafe* di kota Kediri menyebabkan para pelaku bisnis harus berlomba untuk membuat inovasi dan memberikan nilai lebih kepada pelanggan.

Persaingan mungkin menjadi salah satu tantangan terbesar bagi semua pelaku bisnis, persaingan yang kuat mungkin dapat membuat suatu bisnis sulit untuk bertahan. Meningkatnya jumlah berbagai jenis usaha di sektor makanan dan minuman seperti rumah makan, restoran cepat saji, *cafe*, maupun *coffe shop*

mencerminkan tingginya tingkat persaingan dalam industri bisnis tersebut (Christy, 2015). Oleh karena itu, *Homely Koffe* perlu memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan guna meningkatkan frekuensi kunjungan serta mencapai level kepuasan pelanggan yang optimal.

Apabila hasil tidak sesuai dengan harapan, pelanggan cenderung mengalami kekecewaan. Dengan demikian, peningkatan kinerja menjadi suatu keharusan guna memenuhi ekspektasi pelanggan dan mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan. Kualitas produk atau jasa juga akan berperan dalam menentukan kepuasan (Putri, 2020). Realitanya, banyak pelaku bisnis yang kurang memperhatikan kepuasan pelanggan, baik dari produk yang ditawarkan hingga pelayanan yang disediakan. Kepuasan pelanggan telah menjadikan konsep yang sentral dalam teori dan praktik pemasaran (Ayu dwi, 2017). Ada kalanya pelaku bisnis hanya mempertimbangkan salah satu aspek untuk meraih kepuasan pelanggan sisanya untuk meraih laba usaha. Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat krusial (Suprianto et al., 2021). Ketika satu pelanggan merasa puas terhadap layanan atau produk yang diberikan, besar kemungkinan hal tersebut akan menarik calon pelanggan baru. Hal ini dikarenakan mereka yang merasa puas umumnya akan merekomendasikan pengalaman positifnya pada sekitar sepuluh orang lainnya (Kotler, 2009).

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, seperti fasilitas. Fasilitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Apabila fasilitas yang disediakan mampu memenuhi harapan pelanggan serta memberikan pengalaman yang menyenangkan, maka hal tersebut dapat meningkatkan kenyamanan dan ketertarikan pelanggan terhadap pembelian barang dan jasa di *cafe* tersebut. Sebagai contoh, *Homely Koffe* menyediakan berbagai fasilitas penunjang seperti area hall yang luas, ruangan ber-AC yang terbagi untuk pengunjung perokok dan non-perokok, area parkir yang memadai, serta ruang *indoor* yang nyaman. Fasilitas-fasilitas tersebut turut mendukung terciptanya lingkungan yang kondusif bagi kenyamanan pelanggan.

Suasana *cafe* menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kenyamanan dan rasa betah pelanggan dalam memilih produk yang akan dibeli. Untuk menciptakan suasana yang mendukung, dibutuhkan perancangan desain *interior* yang tepat. Konsep *store atmosphere* memiliki peran penting dalam dunia

bisnis, karena mampu menciptakan lingkungan yang nyaman dan sesuai dengan preferensi konsumen. Kehadiran atmosfer yang mendukung tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga berfungsi sebagai daya tarik yang dapat mendorong konsumen untuk berlama-lama berada di dalam *cafe*. Menurut Levy dan Weitz (2001:576), *atmospherics* merupakan perancangan lingkungan fisik yang mencakup unsur-unsur komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, serta aroma yang ditata sedemikian rupa guna membangkitkan persepsi dan respons emosional dari konsumen. Respons emosional tersebut pada akhirnya dapat mempengaruhi perilaku pembelian, yang menjadi landasan dalam proses konsumen dalam menentukan keputusan pembelian barang dan jasa.

Dalam Paradita & Mtd (2020), Banat dan Wandebori mengemukakan bahwa terdapat tujuh indikator utama yang membentuk *store atmosphere*, yakni kebersihan, musik, aroma, suhu, pencahayaan, warna, serta pengaturan atau tata letak ruangan. Dengan demikian, *store atmosphere* dapat dipahami sebagai suatu pengaturan lingkungan fisik yang dirancang sedemikian rupa guna menciptakan kenyamanan bagi pelanggan dalam melakukan aktivitas pembelian suatu produk.

Homely Koffe diharapkan mampu menghadirkan pengalaman yang positif serta berkesan bagi konsumennya, guna meningkatkan tingkat kepuasan yang pada akhirnya berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan. *Customer experience* tidak hanya terbatas pada interaksi langsung antara pelanggan dan pemilik usaha, melainkan juga mencakup hubungan pelanggan dengan produk, perusahaan, serta unsur organisasi lainnya yang dapat memunculkan respons emosional maupun kognitif (Paradita & Mtd, 2020).

Penelitian yang mengindikasikan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman yang efektif akan terbentuk apabila konsumen memperoleh sensasi atau pemahaman tertentu melalui interaksinya dengan produk yang ditawarkan, sehingga menghasilkan kesan yang mendalam dan mampu memenuhi ekspektasi serta kebutuhannya (Paradita & Mtd, 2020). Lebih lanjut, peningkatan kualitas *customer experience* membawa dua manfaat utama, yakni menekan penyebaran komunikasi negatif dari mulut ke mulut dan secara bersamaan mendorong terbentuknya komunikasi positif antar konsumen (Samosir & Marpaung, 2022). Perlu diperhatikannya faktor utama dan faktor pendukung yang berperan penting dalam

menarik calon pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian, salah satu nya yakni *store atmosphere* atau sering disebut juga penggambaran suasana di dalam toko maupun diluar toko (Susanti et al., 2023).

Fenomena ini menarik untuk diteliti guna memahami apakah *customer experience*, fasilitas, *store atmosphere* memengaruhi fluktuasi tingkat kunjungan berdasarkan kepuasan pelanggan di Homely Koffe menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan karena dengan memberikan kepuasan pelanggan maka keuntungan yang didapatkan perusahaan tentu saja meningkat, maka sangat menarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pengaruh *Customer Experience*, Fasilitas dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Homely Coffe Kediri”.

B. Rumusan masalah

Dari latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Customer experience* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Homely Koffe Kediri?
2. Apakah fasilitas berpengaruh kepuasan pelanggan pada Homely Koffe Kediri?
3. Apakah *store atmospher* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Homely Koffe kediri?
4. *Customer experience*, fasilitas dan *store atmosphere* manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Homely Koffe kediri?

C. Tujuan penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka peneliti dapat memberitahukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada Homely Koffe Kediri.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Homely Koffe Kediri.
3. Untuk menganalisis dan menguji *store atmospher* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Homely Koffe Kediri.

4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *customer experience*, fasilitas, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *caffe* homely Kediri.

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah manfaat akademis dan manfaat teoritis, diantaranya:

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik Toko/Cafe

Memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang paling dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan menjadi hal yang krusial, karena dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis secara lebih tepat dan efektif.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi penulis

Diharapkan mampu mengaplikasikan serta mengembangkan pengetahuan yang telah diperoleh, sekaligus menjadikannya sebagai bagian dari proses pembelajaran berkelanjutan untuk memperdalam wawasan.

b. Bagi Masyarakat

Memberikan wawasan mengenai berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga konsumen dapat bersikap lebih bijak dalam mengambil keputusan pembelian. Selain itu, memberikan kontribusi pemikiran yang diharapkan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga bertujuan membantu pelanggan dalam memilih suasana toko (*store atmosphere*), fasilitas, dan pengalaman berbelanja yang tepat, guna mengoptimalkan tingkat kepuasan dalam konsumsi. Dengan demikian, masyarakat diharapkan menjadi konsumen yang lebih cerdas dalam memenuhi kebutuhan dan pola konsumsinya.

c. Bagi Universitas

Memberikan kontribusi dalam memperkaya khazanah kepustakaan, khususnya dalam bidang kajian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

d. Bagi Pihak Lain

Temuan dalam penelitian ini memiliki harapan dapat dijadikan sumber referensi bagi pembaca serta memberikan kontribusi informasi yang relevan bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang ilmu pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Elvionita, & Dr. Eng NHutabaratovi Sunu Sri Giriwati, ST., M. S. (2021). *Evaluasi Kenyamanan dan Keamanan Fasilitas Wisata Kuliner pada Era New Normal di Kota Malang (Objek Studi: Nakoa Cafe, Cafe Litchi, dan Kotask Kaffe)*. 19. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/190038/>
- Dua Mea, M. H. C., & Laga, Y. (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Suasana Kafe, Dan Kepuasan Pengunjung Terhadap Loyalitas Pelanggan Mokka Coffee Ende. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 5(2), 131–139. <https://doi.org/10.33005/mebis.v5i2.83>
- Dwi Ayu Indriani¹, Rino Sardanto², M. W. W. (2017). *Pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di pdam kabupaten nganjuk*. 893–902.
- Eka Wardhana, R. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(3), 1–9.
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 51–62. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2935>
- Islam, U., & Sumatera, N. (2023). *Pengaruh Suasana Cafe , Harga , Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus : Dbest Cafe Tuamang)*. 6, 15–26.
- Karmela F, L. (2009). Pengaruh Store Athmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan. In *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* (Vol. 5, Issue 09, p. 94). <https://doi.org/10.25134/equi.v5i09.1422>
- Kotler, P. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 2 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; editor: Adi Maulana, Wibi Hardani* (13th ed.). Jakarta : Erlangga, 2009.
- Moh, N. (2018). *populasi sampel*.
- Omar, Y. A. A. A., Amri, A., & Hasani, M. C. (2021). Pengaruh Social Media, Customer Experience dan Servicescape Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Bahari (Studi Kasus pada Pantai Akkarena, Makassar). *Jurnal Ponggawa*, 1(1), 39–50.
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Pengaruh Kualitas..... 3723 Jurnal EMBA*, 6(4), 3723–3732.
- Paradita, S., & Mtd, S. B. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI 212 MART BANDA ACEH*. 5(3), 469–487.
- Paryanti, Atik Budi, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap

- Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Pranoto, R. G., & Subagio, H. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada Konsumen di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–9.
- Rhosyada, V. I. (2023). Pengaruh Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kenyamanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Banyuwangi. *Jurnal Sekolah Tinggi Teknologi Kedingantaraan Yogyakarta.*, 6–22.
- Rohman, S. (2021). *KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN GRIYA DAHAR MBOK SUM*. 5(2), 64–76.
- Romadlon, Mohammad Yoga, & Rudy, S. (2024). *Pengaruh fasilitas, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada kafe joglo gresik*. 2(2), 320–327.
- Silaban, D., & Permata, W. I. (2025). Analisis Kualitas Produk Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Coffee Shop Mokopi Transyogi. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(9), 1–14. <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i9.5060>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In 2 (pp. III–434).
- Suprianto, A., Widodo, M. W., & Kusumaningtyas, D. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Broden Screen Printing. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 853–861.
- Susanti, E. N., Prasajo, A., & Raharjo, I. B. (2023). Store Atmosphere , Price Discount Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di CV Torta Indonesia. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 683–692. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3238>
- Syafriana, Salfadri, & Delvianti. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada DJ Caffé Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Ekasakti Matua Jurnal Manajemen*, 2(4), 421–432. <https://doi.org/10.31933/emjm.v2i4.1170>
- Tamonsang, M., & Apriliyanto, M. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Poliklinik Jantung RSUD Bakti Dharma Husada Surabaya). *Pragmatis*, 1(2), 72. <https://doi.org/10.30742/pragmatis.v1i2.2087>
- Agustin, Elvionita, & Dr. Eng NHutabarotovi Sunu Sri Giriwati, ST., M. S. (2021). *Evaluasi Kenyamanan dan Keamanan Fasilitas Wisata Kuliner pada Era New Normal di Kota Malang (Objek Studi: Nakoa Cafe, Cafe Litchi, dan Kotask Kaffe)*. 19. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/190038/>
- Dua Mea, M. H. C., & Laga, Y. (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Suasana Kafe, Dan Kepuasan Pengunjung Terhadap Loyalitas Pelanggan Mokka Coffee Ende. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 5(2), 131–139.

<https://doi.org/10.33005/mebis.v5i2.83>

- Dwi Ayu Indriani¹, Rino Sardanto², M. W. W. (2017). *Pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di pdam kabupaten nganjuk*. 893–902.
- Eka Wardhana, R. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(3), 1–9.
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 51–62. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2935>
- Islam, U., & Sumatera, N. (2023). *Pengaruh Suasana Cafe , Harga , Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus : Dbest Cafe Tuamang)*. 6, 15–26.
- Karmela F, L. (2009). Pengaruh Store Athmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan. In *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* (Vol. 5, Issue 09, p. 94). <https://doi.org/10.25134/equi.v5i09.1422>
- Kotler, P. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 2 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; editor: Adi Maulana, Wibi Hardani* (13th ed.). Jakarta : Erlangga, 2009.
- Moh, N. (2018). *populasi sampel*.
- Omar, Y. A. A. A., Amri, A., & Hasani, M. C. (2021). Pengaruh Social Media, Customer Experience dan Servicescape Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Bahari (Studi Kasus pada Pantai Akkarena, Makassar). *Jurnal Ponggawa*, 1(1), 39–50.
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Pengaruh Kualitas..... 3723 Jurnal EMBA*, 6(4), 3723–3732.
- Paradita, S., & Mtd, S. B. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI 212 MART BANDA ACEH*. 5(3), 469–487.
- Paryanti, Atik Budi, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Pranoto, R. G., & Subagio, H. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada Konsumen di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–9.
- Rhosyada, V. I. (2023). Pengaruh Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kenyamanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Banyuwangi. *Jurnal Sekolah Tinggi Teknologi Kedingantaraan Yogyakarta.*, 6–22.

- Rohman, S. (2021). *KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN GRIYA DAHAR MBOK SUM*. 5(2), 64–76.
- Silaban, D., & Permata, W. I. (2025). Analisis Kualitas Produk Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Coffee Shop Mokopi Transyogi. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(9), 1–14. <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i9.5060>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In 2 (pp. III–434).
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Pendidikan. In *Alfabeta*.
- Suprianto, A., Widodo, M. W., & Kusumaningtyas, D. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Broden Screen Printing. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 853–861.
- Susanti, E. N., Prasajo, A., & Raharjo, I. B. (2023). Store Atmosphere , Price Discount Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di CV Torta Indonesia. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 683–692. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3238>
- Syafriana, Salfadri, & Delvianti. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada DJ Caffe Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Ekasakti Matua Jurnal Manajemen*, 2(4), 421–432. <https://doi.org/10.31933/emjm.v2i4.1170>
- Tamonsang, M., & Apriliyanto, M. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Poliklinik Jantung RSUD Bakti Dharma Husada Surabaya). *Pragmatis*, 1(2), 72. <https://doi.org/10.30742/pragmatis.v1i2.2087>
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management* (8th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Irwin.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Romadlon, Mohammad Yoga, & Rudy, S. (2024). *Pengaruh fasilitas, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada kafe joglo gresik*. 2(2), 320–327.