

PENGARUH SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI TEMPAT WORK FROM CAFE PADA GERAJ KOPI KENANGAN 24 JAM DI POS PENGUMBEN JAKARTA BARAT

Zisilia Nurhaliza¹, Nurul Aisyah², Chodidjah³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

Email: cecilianurhaliza@gmail.com¹, nurul.nly@bsi.ac.id², chodidjah.cdj@bsi.ac.id³

Informasi	Abstract
Volume : 3 Nomor : 7 Bulan : Juli Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<i>This study aims to analyze the influence of store atmosphere and service quality on customer satisfaction as a Work From Cafe (WFC) venue at the 24-Hour Kopi Kenangan Outlet in Pos Pengumben, West Jakarta. This research is motivated by the growing phenomenon of work from cafe, which has transformed cafes not only as places to eat but also as spaces for working and studying. In this context, store atmosphere and service quality become important factors that can influence customer satisfaction. The theoretical framework of this study refers to the store atmosphere theory by Berman and Evans, service quality by Tjiptono, and customer satisfaction by Kotler and Keller. This study uses a quantitative method with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents selected using purposive sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics 20. The results show that store atmosphere has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 2.963$; $sig. = 0.004$), service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 7.840$; $sig. = 0.000$), and both variables simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction ($F = 255.365$; $sig. = 0.000$). The coefficient of determination of 84.0% indicates that customer satisfaction can be explained by store atmosphere and service quality. Service quality is the most dominant variable influencing customer satisfaction.</i> Keywords : Store Atmosphere, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai tempat *Work From Cafe (WFC)* pada Gerai Kopi Kenangan 24 Jam di Pos Pengumben, Jakarta Barat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya fenomena *work from cafe* yang menjadikan kafe tidak hanya sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai ruang bekerja dan belajar. Dalam kondisi tersebut, suasana toko dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kajian teoritis dalam penelitian ini mengacu pada teori suasana toko dari Berman dan Evans, kualitas pelayanan dari Tjiptono, serta kepuasan pelanggan dari Kotler dan Keller. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 2,963$; $sig. = 0,004$), kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 7,840$; $sig. = 0,000$), serta kedua variabel secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($F = 255,365$; $sig. = 0,000$). Nilai koefisien determinasi sebesar 84,0% menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh suasana toko dan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan gaya hidup masyarakat telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam memilih tempat untuk beraktivitas, termasuk dalam mengunjungi *coffee shop* (Arisanti, 2021). *Coffee shop* tidak lagi dipandang hanya sebagai tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga berkembang menjadi ruang sosial yang mendukung berbagai aktivitas, seperti bekerja, belajar, berdiskusi, hingga membangun relasi (Septadinusastra, 2022). Perubahan tersebut menyebabkan konsumen semakin mempertimbangkan kenyamanan lingkungan, fasilitas, dan kualitas pelayanan dalam menentukan pilihan terhadap suatu *coffee shop* (Sasongko, 2021). Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif melalui suasana toko dan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif (Febriyanti, 2024). Perubahan pola kerja dan aktivitas masyarakat turut mendorong munculnya fenomena *Work From Cafe (WFC)* sebagai alternatif bekerja maupun belajar di luar kantor dan rumah (Septadinusastra, 2022). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa *coffee shop* telah bertransformasi menjadi ruang produktif yang menyediakan berbagai fasilitas pendukung, seperti akses internet, area duduk yang nyaman, dan suasana yang

kondusif (Wasila et al., 2023). Akibatnya, pelanggan tidak lagi hanya menilai kualitas produk, tetapi juga memperhatikan kenyamanan lingkungan dan kualitas pelayanan selama berada di *coffee shop* (Lathifah & Silvianita, 2023). Kondisi ini menjadikan kepuasan pelanggan sebagai salah satu indikator penting dalam menjaga daya saing bisnis *coffee shop*.

Suasana toko (*store atmosphere*) dan kualitas pelayanan merupakan dua faktor yang berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan (Widayanti & Masreviastuti, 2021). *Store atmosphere* yang nyaman melalui pengaturan desain interior, tata ruang, pencahayaan, kebersihan, dan fasilitas mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan (Ilham et al., 2024). Di sisi lain, kualitas pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan sesuai harapan pelanggan akan meningkatkan persepsi positif terhadap perusahaan (Agung et al., 2022). Kedua faktor tersebut menjadi semakin penting bagi pelanggan yang memanfaatkan *coffee shop* sebagai tempat *Work From Cafe* karena berkaitan dengan kenyamanan dan produktivitas selama beraktivitas (Safina et al., 2025). Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat merupakan salah satu *coffee shop* yang menyediakan fasilitas pendukung serta beroperasi selama 24 jam sehingga mampu mengakomodasi kebutuhan pelanggan dengan waktu aktivitas yang fleksibel (Kopi Kenangan, 2024). Selain didukung oleh sistem pelayanan berbasis digital, gerai ini juga banyak dimanfaatkan pelanggan sebagai tempat bekerja, belajar, maupun melakukan pertemuan bisnis (Kopi Kenangan, 2024). Karakteristik tersebut menjadikan Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat relevan sebagai objek penelitian untuk mengkaji kepuasan pelanggan dalam konteks *Work From Cafe*.

Berbagai penelitian terdahulu membuktikan bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada industri *coffee shop* (Widayanti & Masreviastuti, 2021). Hasil yang sama juga dilaporkan oleh Putri dan Sutrisna (2023), Triatmojo dan Zaini (2023), Rahmi et al. (2024), Jaelani et al. (2025), serta Anlisyah dan Alam (2025). Selain itu, Safina et al. (2025) menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih mengkaji pelanggan *coffee shop* secara umum dan belum secara khusus menyoroti pelanggan yang memanfaatkan *coffee shop* sebagai tempat *Work From Cafe* pada gerai yang beroperasi selama 24 jam.

Berdasarkan kondisi tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks *Work From Cafe* pada *coffee shop* dengan jam operasional 24 jam. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menjadikan pelanggan *Work From Cafe* di Gerai Kopi

Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat sebagai fokus penelitian. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai perilaku konsumen pada industri *coffee shop* serta menjadi masukan bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas suasana toko dan pelayanan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan pelanggan pada Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat sebagai tempat *Work From Cafe* (WFC). Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik sehingga dapat menguji hipotesis penelitian secara empiris (Sugiyono, 2022). Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat yang memanfaatkan gerai sebagai tempat *Work From Cafe* (WFC). Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (*infinite population*), penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, pernah mengunjungi gerai minimal dua kali dalam satu bulan terakhir, memanfaatkan gerai sebagai tempat bekerja atau mengerjakan tugas, serta bersedia mengisi kuesioner.

Data penelitian dikumpulkan melalui observasi, penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms, dan studi dokumentasi. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5). Variabel yang diteliti meliputi *store atmosphere* (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen. Data selanjutnya dianalisis menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistics* melalui analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, serta analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2) dengan tingkat signifikansi 5%.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran mengenai profil pelanggan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Identifikasi karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan ke Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat. Informasi tersebut penting untuk menggambarkan latar belakang responden sehingga dapat mendukung interpretasi terhadap hasil analisis pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	36	36
	Perempuan	64	64
Usia	17–25 tahun	86	86
	26–35 tahun	11	11
	36–45 tahun	3	3
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	58	58
	Pegawai Swasta	24	24
	Freelancer	7	7
	Pegawai Negeri	6	6
	Wirausaha	2	2
	Lainnya	3	3
Frekuensi Kunjungan	1–2 kali per bulan	42	42
	3–5 kali per bulan	45	45
	>5 kali per bulan	13	13

Sumber: Data primer yang diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 64 orang (64%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 36 orang (36%). Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang 17–25 tahun, yaitu sebanyak 86 orang (86%), diikuti kelompok usia 26–35 tahun sebanyak 11 orang (11%) dan usia 36–45 tahun sebanyak 3 orang (3%). Dari sisi pekerjaan, responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 58 orang (58%), diikuti pegawai swasta sebanyak 24 orang (24%), freelancer sebanyak 7 orang (7%), pegawai negeri sebanyak 6 orang (6%), wirausaha sebanyak 2 orang (2%), dan pekerjaan lainnya sebanyak 3 orang (3%). Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagian besar responden mengunjungi Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben sebanyak 3–5 kali per bulan, yaitu 45 orang (45%), diikuti responden yang berkunjung 1–2 kali per bulan sebanyak 42 orang (42%) dan lebih dari 5 kali per bulan sebanyak 13 orang (13%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden didominasi

oleh generasi muda, khususnya pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang cukup rutin memanfaatkan gerai sebagai tempat *Work From Cafe* (WFC). Kondisi ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai dalam menilai *store atmosphere*, kualitas pelayanan, serta kepuasan yang mereka rasakan selama beraktivitas di Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat.

Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Pengujian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas terhadap variabel *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang r hitung	r tabel	Keterangan
Store Atmosphere (X_1)	10	0,596–0,731	0,1966	Valid
Kualitas Pelayanan (X_2)	10	0,685–0,794	0,1966	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	10	0,699–0,846	0,1966	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pernyataan pada variabel *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai *r hitung* > *r tabel* (0,1966). Oleh karena itu, seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Store Atmosphere (X_1)	0,866	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,910	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,914	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu *store atmosphere* sebesar 0,866, kualitas pelayanan sebesar 0,910, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,914. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik sehingga dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear berganda memenuhi persyaratan statistik sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Metode	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,949	0,328	Berdistribusi normal

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,328, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, residual pada model regresi berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Store Atmosphere (X_1)	0,289	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,056	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 5, nilai signifikansi variabel *store atmosphere* sebesar 0,289 dan kualitas pelayanan sebesar 0,056, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Store Atmosphere (X_1)	0,218	4,587	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,218	4,587	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 6, kedua variabel independen memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,218 ($>0,10$) dan *VIF* sebesar 4,587 ($<10,00$). Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas sehingga variabel independen dapat digunakan secara bersama-sama dalam analisis regresi.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kedua variabel independen terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.	Keterangan
Store Atmosphere (X_1)	0,269	2,963	0,004	Berpengaruh signifikan
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,676	7,840	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 7, variabel *store atmosphere* memperoleh nilai *t* hitung sebesar 2,963 dengan nilai signifikansi 0,004 ($< 0,05$), sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 7,840 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan yang lebih besar menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan *store atmosphere*.

Tabel 8. Hasil Uji Simultas (Uji F)

F hitung	F tabel	Sig.	Keterangan
255,365	3,09	0,000	Berpengaruh signifikan secara simultan

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 8, nilai F hitung sebesar 255,365 lebih besar daripada F tabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,917	0,840	0,837

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 9, nilai R Square sebesar 0,840 menunjukkan bahwa sebesar 84,0% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *store atmosphere* dan kualitas pelayanan, sedangkan 16,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)
Konstanta	2,321
Store Atmosphere (X_1)	0,269
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,676

Persamaan regresi:

$$Y = 2,321 + 0,269X_1 + 0,676X_2$$

Persamaan regresi menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi positif, sehingga peningkatan pada kedua variabel tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan yang lebih besar dibandingkan *store atmosphere* mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat.

PEMBAHASAN

Pengaruh Store Atmosphere (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t), variabel store atmosphere (X_1) memperoleh nilai $t_{hitung} = 2,963$ dengan nilai signifikansi $0,004 (< 0,05)$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar $0,269$ menunjukkan bahwa semakin baik suasana toko, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung teori Levy dan Weitz (2014) dalam A. D. Putri et al. (2023) yang menyatakan bahwa store atmosphere merupakan kombinasi elemen fisik seperti tata ruang, pencahayaan, aroma, warna, dan kenyamanan yang mampu membentuk persepsi pelanggan terhadap suatu gerai. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, indikator kejelasan papan nama dan pencahayaan gerai memperoleh nilai rata-rata tertinggi ($4,520$), sedangkan indikator penataan meja dan kursi memperoleh nilai rata-rata terendah ($4,176$), sehingga aspek tata letak masih perlu ditingkatkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Jaelani et al. (2025), Anlisyah dan Alam (2025), serta Putri dan Sutrisna (2023) yang menyimpulkan bahwa store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t), variabel kualitas pelayanan (X_2) memperoleh nilai $t_{hitung} = 7,840$ dengan nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar $0,676$ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan ini mendukung teori Kotler dan Keller (2016) dalam Ardisyahputra dan Tarigan (2025) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat apabila pelayanan yang diterima mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator rasa aman dan nyaman di gerai memperoleh nilai rata-rata tertinggi ($4,569$), sedangkan indikator keramahan dan perhatian personal karyawan memperoleh nilai rata-rata terendah ($4,284$), sehingga aspek empati masih perlu ditingkatkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Safina et al. (2025), Putra et al. (2023), serta Widayanti dan Masreviastuti (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Store Atmosphere (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diperoleh nilai $F_{hitung} = 255,365$ dengan nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa store atmosphere dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak. Nilai R^2 sebesar $0,840$ menunjukkan bahwa $84,0\%$ variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh store atmosphere dan kualitas pelayanan, sedangkan $16,0\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa indikator niat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan gerai memperoleh nilai rata-rata $4,392$, yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan tergolong tinggi. Temuan ini mendukung teori Irwan (2004) dalam Lubis dan Indira (2023) serta Kotler dan Keller (2016) dalam Elyana et al. (2025) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan lingkungan fisik yang mampu memenuhi harapan pelanggan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Widayanti dan Masreviastuti (2021), Triatmojo dan Zaini (2023), serta Anlisyah dan Alam (2025) yang menyimpulkan bahwa store atmosphere dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko yang nyaman, seperti pencahayaan, kebersihan, dan tata letak ruangan, mampu meningkatkan kepuasan pelanggan ketika memanfaatkan gerai sebagai tempat *work from cafe*. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, bahkan menjadi variabel yang paling dominan dalam penelitian ini. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, responsif, serta mampu memberikan rasa aman dan nyaman merupakan faktor utama yang membentuk kepuasan pelanggan. Secara simultan, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan $84,0\%$ variasi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan kualitas suasana toko dan kualitas pelayanan secara bersamaan dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Gerai Kopi Kenangan 24 Jam Pos Pengumben Jakarta Barat.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Anlisyah, N., & Alam, M. (2025). *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada industri coffee shop*.
- Ardisyahputra, A., & Tarigan, R. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*.
- Creswell, J. W. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Elyana, D., dkk. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jaelani, A., dkk. (2025). *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada coffee shop*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2014). *Retailing Management* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Lubis, A., & Indira, R. (2023). *Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan*.
- Putra, M., dkk. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*.
- Putri, A. D., dkk. (2023). *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan*.
- Putri, Y. N., & Sutrisna. (2023). *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan*.
- Safina, N., dkk. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Triatmojo, A., & Zaini, M. (2023). *Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*.
- Widayanti, E., & Masreviastuti. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan*.