

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini bisnis kedai kopi menjadi pilihan bisnis menjanjikan. Didukung dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif sehingga kegiatan nongkrong/ngopi menjadi tren tak pernah terlewatkan dimasyarakat. Kedai kopi merupakan suatu tempat yang menawarkan berbagai macam minuman dengan bahan baku utama kopi dan menyediakan makanan kecil sampai makanan berat. Eksistensi kemunculan kedai kopi saat ini dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi aktivitasnya. Seperti tempat untuk nongkrong, tempat untuk menyantap makanan dan minuman, dan tempat berdiskusi dan bersenda gurau.

Bisnis kedai kopi menjadi salah satu alternatif bagi pelaku bisnis untuk mendapatkan keuntungan dan memenuhi kelayakan hidup. Realita ini mendorong banyaknya persaingan sehingga muncul adanya resiko-resiko yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku bisnis. Kabupaten Nganjuk adalah salah satu kabupaten yang berada di provinsi jawa timur yang mengalami pertumbuhan pesat dalam usaha kedai kopi. Hal tersebut menimbulkan persaingan antar bisnis kedai kopi dalam memperoleh dan mempertahankan konsumen. Persaingan ketat bisnis kedai kopi di Nganjuk ini disebabkan oleh banyaknya kedai kopi baru yang bermunculan. Beberapa daftar kedai kopi/*coffee shop* di Nganjuk.

Tabel 1.1 Daftar Usaha Kedai Kopi di Nganjuk

No.	Nama Usaha	Lokasi Usaha
1.	Kopi Kangen	Jl. Yos Sudarso, No.16, Payaman, Kec. Nganjuk, Kab. Nganjuk.
2.	Kopi Janji Jiwa	Jl. Ahmad Yani, No.3, Mangundikaran, Kec. Nganjuk, Kab. Nganjuk.
3	AON Caffe	Jl. Panglima sudirman, mangundikaran, Kec. Nganjuk, Kab. Nganjuk.
4.	Orens Coffee	Jl. Supriyadi, No.19, Mangundikaran, Kec. Nganjuk, Kab. Nganjuk.
5.	The Djademan	Jl. Barito, No. 38, Mangundikaran, Kec. Nganjuk, Kab. Nganjuk.
6.	Barelo cafe dan resto	Jl. Ahmad Yani No.346, Ploso, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk.

Sumber: Penelitian, 2024

Pada tabel 1.1 diatas menunjukkan di wilayah Nganjuk ada banyak kedai kopi atau kafe kekinian yang bermunculan dan memiliki karakteristik yang berbeda beda. Dengan adanya persaingan ini para pelaku bisnis dituntut untuk lebih berpikir kritis terhadap segala perubahan yang terjadi. Suatu inovasi dan ide ide strategi perlu dilakukan oleh pelaku bisnis untuk mempertahankan keberlangsungan usaha yang dimiliki. Oleh karena itu, dalam menawarkan produk maupun jasa dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang efektif.

Strategi pemasaran merupakan rencana jangka panjang yang dibuat oleh perusahaan untuk memasarkan produk atau layanan mereka dengan cara yang efektif guna mencapai tujuan bisnis. Tujuan dari strategi pemasaran adalah untuk memasarkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Strategi pemasaran yang diterapkan secara efektif dan efisien dapat membangun loyalitas pada pelanggan sehingga kepuasan pelanggan akan tercapai karena terpenuhinya keinginan dari pelanggan. Oleh karena itu pelaku usaha perlu mengetahui

apa yang menjadi keinginan konsumen dengan meninjau dari beberapa faktor penentu dalam menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat rasa puas dari konsumen setelah mendapatkan produk atau layanan yang ditawarkan. Rasa puas timbul setelah pelayanan yang diberikan mampu mencapai ekspektasi dari pelanggan. Menurut Tjiptono kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.² Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Adanya nilai tambah dari suatu produk atau jasa, maka konsumen menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh faktor penentu seperti *Store Atmosphere* (suasana), Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *store atmosphere*, penelitian yang dilakukan oleh Marisza salsabila dan yossi afandy (2022).³ Dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kopi Kangen Nganjuk”. Menyatakan *store atmosphere* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Store atmosphere* sangat penting

² Meithina Indrasari. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya, Unitomo Press, 2019), hal. 82-83.

³ Marisza Sasabila dan Yosi Afandy, Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kopi Kangen Nganjuk, *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8.2 (2022), hal. 181–186.

di kedai kopi karena dapat memengaruhi pengalaman pelanggan secara emosional. menurut Berman dan Evan *store atmosphere* merupakan atmosfir mengacu kepada karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan.⁴ Suasana yang nyaman dan menarik membuat pelanggan betah berlama-lama di kedai kopi selain itu *Store atmosphere* dapat dijadikan salah satu alternatif untuk membedakan kedai kopi dengan yang lain.

Faktor keragaman produk, dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Izzah Riasiti Chairunnisaa, dkk (2024).⁵ Dengan Judul “Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Awanbrew Coffee Kota Pasuruan” Hasil dari penelitian ini keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan awanbrew coffee kota pasuruan. Menurut Kotler Keragaman produk (*product assortment*) adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual kepada pembeli. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual.⁶ Keragaman produk merupakan varian menu produk yang ada di kedai kopi. Keragaman produk memungkinkan konsumen untuk memilih berbagai jenis kopi yang sesuai dengan selera mereka. Hal ini dapat

⁴ Ria Hafni Nasution dan Wan Dian Safina, Pengaruh Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor, *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9.2 (2022), hal. 165–177.

⁵ Izzah riasiti chairunnisa dkk, Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Awanbrew Coffee Kota Pasuruan, *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1.3 (2023), hal. 566–577.

⁶ Meithina Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya, Unitomo Press, 2019) hal 31.

meningkatkan loyalitas pelanggan karena konsumen lebih cenderung kembali ke tempat yang menawarkan pilihan yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Faktor kualitas pelayanan, dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ni wayan giana kusumawathi, dkk (2019).⁷ Dengan Judul ” Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio” Hasil dari penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan sebesar 41.7% terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.⁸ Dalam persaingan bisnis kedai kopi yang sangat kompetitif ini kualitas pelayanan menjadi salah satu strategi penting untuk menghadapi kompetitor. Kedai kopi yang menawarkan pelayanan yang baik dapat menarik perhatian pelanggan dan membedakan diri dari pesaing. Kualitas pelayanan yang sesuai dapat meningkatkan loyalitas dan pelanggan lebih cenderung kembali ke tempat yang sama.

Saat ini Kabupaten Nganjuk telah banyak berdiri warung warung kopi mulai dari kedai kopi jalanan hingga berkelas. Salah satu contoh kedai kopi yang memiliki konsep sederhana yang berada dipinggir jalanan di

⁷ Ni wayan Giana kusumawathi, dkk, Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seniman Coffee Studio, *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 8. 1 (2019), hal.1

⁸ Meithina Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya, Unitomo Press, 2019) hal.61-62.

Nganjuk yaitu kedai kopi Kopiah Ireng yang didirikan pada tahun 2018. Kedai ini beralamatkan di jalan raya Ahmad Yani Ploso, Nganjuk Kabupaten Nganjuk. Letak kedai kopi ini cukup strategis dan mudah dijangkau yaitu dipinggir jalan ditengah pusat kota. Dimana target konsumennya adalah anak-anak muda hingga dewasa yang berada disekitaran tempat usaha. Kedai Kopi Kopiah Ireng menawarkan konsep berupa *food truck* yang mengubah kendaraan bergerak menjadi tempat bar (dapur mini) untuk membuat makanan dan minuman.

Kedai kopi Kopiah Ireng menawarkan desain interior yang unik, layanan yang ramah, dan menyediakan Wifi sebagai daya tarik pengunjung untuk dapat melakukan aktivitasnya dengan bebas dan santai. Kedai kopi ini cenderung menonjolkan nuansa luar ruangan yang berada dipinggir jalan kota dan beralaskan karpet sintetis serta kursi outdoor. Menjadikan suasana yang santai dan indah dengan menyajikan pemandangan lalu lalang kendaraan.

Meskipun perkembangan kedai kopi kopiah ireng dalam dunia bisnis bertumbuh pesat yang didukung dengan memiliki konsumen yang lumayan banyak. Namun kenyataannya terdapat masalah yang dihadapi oleh Kedai Kopi Kopiah Ireng dalam penjualannya. Berikut merupakan data penjualan konsumen kedai kopi Kopiah Ireng pada tahun 2023 dan 2024.

Tabel 1.2 Data Penjualan Konsumen Kedai Kopi Kopiah Ireng Tahun 2023-2024

No.	Bulan	Jumlah Konsumen Yang Datang Tahun	
		2023	2024
1.	Januari	1766	788
2.	Februari	1721	823
3.	Maret	1489	996
4.	April	1549	1079
5.	Mei	1427	877
6.	Juni	1263	834
7.	Juli	1243	756
8.	Agustus	1176	792
9.	September	1095	675
10.	Oktober	924	891
11.	November	869	848
12.	Desember	855	824
Total		15.377	10.183

Sumber: Data Penjualan Kedai Kopi Kopiah Ireng, 2023-2024

Dari tabel 1.2 diatas diketahui kedai kopi kopiah ireng mengalami penurunan pada jumlah pelanggan yang datang setiap bulannya di tahun 2023 dan 2024. Pada bulan januari sampai bulan april tahun 2023 menunjukkan penjualan mengalami fluktuatif. Namun pada bulan mei sampai bulan desember tahun 2023 dan tahun 2024 penjualan mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan ini terjadi karena munculnya bisnis kedai kopi lain yang berjarak dekat dengan kedai kopi Kopiah Ireng. Berikut daftar kedai kopi kompetitor yang berada disekitaran lokasi kedai kopi Kopiah ireng.

Tabel 1.3 Data Kedai Kopi Yang Berjarak Dekat dengan Lokasi

No.	Nama Usaha	Jarak Lokasi
1.	Barelo cafe dan resto	300 m
2.	Kopi Kangen Nganjuk	1 km
3.	Merdeka Coffee	1.4 km
4.	The Djademan	2.3 km

Sumber: Penelitian, 2024

Pada tabel 1.3 menunjukkan beberapa kedai kopi yang berjarak dekat dengan lokasi penelitian. Barelo cafe dan resto berjarak sangat dekat dengan kedai kopi kopiah ireng yaitu 300 m. Kopi Kangen berjarak 1 km dari kedai kopi Kopiah ireng. Merdeka coffe berjarak 1.4 km dari lokasi kedai kopi Kopiah Ireng dan The Djademan berjarak 2.3 km dari lokasi kedai kopi Kopiah Ireng. Banyaknya usaha sejenis tersebut menyebabkan persaingan antar kedai kopi yang semakin ketat dimana kedai kopi tersebut menawarkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik. Hal tersebut menjadi salah satu faktor penurunan jumlah konsumen yang berkunjung di kedai kopi kopiah ireng pada tahun 2023.

Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di kedai kopi Kopiah Ireng karena masih ditemukan tidak terpenuhinya kepuasan pada pelanggan. Dimana persaingan bisnis kedai kopi sekarang yang semakin ketat, para pemilik kedai berupaya untuk menawarkan produk dan kualitas pelayanan yang sesuai keinginan dari pelanggan guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Berdasarkan pra penelitian kepada pelanggan di kedai kopi Kopiah Ireng ditemukan beberapa keluhan terkait kepuasan pelanggan. Berikut data keluhan di kedai kopi Kopiah Ireng.

Tabel 1.4 Data keluhan Konsumen Kedai Kopi Kopiah Ireng

No.	Keluhan Konsumen	Jumlah Keluhan Konsumen
1.	Suasana tempat pada kedai kopi kopiah ireng yang tidak ada perubahan	6
2.	Kualitas rasa produk yang masih kurang pas	2
3.	Varian menu yang kurang banyak pilihan	4
4.	Tempat kedai kopi kopiah ireng yang kurang luas	4
5.	Kualitas layanan yang kurang cepat	4

6.	Orderan yang prosesnya lama saat banyak pesanan	2
----	---	---

Sumber: Pra Penelitian Penelitian, 2024

Dari tabel 1.4 yaitu hasil pra penelitian dengan beberapa pelanggan ditemukan mengenai keluhan yang berkaitan dengan *store atmosphere*, kualitas produk, serta kualitas pelayanan yang kurang tepat saat diterima oleh pelanggan. Maka dari itu Kedai Kopi Kopiah Ireng harus mampu meningkatkan kepuasan pada konsumen dengan memperhatikan kebutuhan kebutuhan yang diharapkan atau diinginkan oleh konsumennya. Adanya ulasan yang kurang baik tersebut dapat menjadi faktor penurunan jumlah konsumen yang datang di kedai kopi Kopiah Ireng.

Seiring dengan meningkatnya jumlah kedai kopi/kafe di Nganjuk, tingkat persaingan juga semakin meningkat. Pemilik usaha kedai kopi kopiah ireng dituntut untuk memiliki fasilitas dan pelayanan yang lebih unggul sesuai kebutuhan konsumen agar dapat mempertahankan eksistensinya. Pemilik kedai kopi kopiah ireng perlu mengetahui pengaruh dari aspek- aspek yang akan membuat kepuasan pelanggan tercapai sehingga pelanggan akan berkunjung dan melakukan pembelian ulang.

Oleh karena itu, adanya penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari variabel yang ada terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi kopiah ireng dimana variabel varibel tersebut sangat penting digunakan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian ini penting dilakukan untuk membantu pemilik kedai kopi kopiah ireng dalam mempertahankan bisnisnya melihat semakin banyak pesaing pesaing yang muncul sehingga bisnis kedai kopi kopiah ireng ini dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, diperlukan adanya penelitian lebih lanjut terkait *store atmosphere* (suasana toko), keragaman produk dan kualitas pelayanan. Atas dasar inilah peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Store atmosphere*, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut, yaitu;

1. Faktor *store atmosphere*, keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan.
2. *Store atmosphere* memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Perusahaan perlu memberikan pembaruan suasana yang lebih baik lagi agar bisa memenuhi ekspektasi para pelanggan.
3. Keragaman produk memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Semakin lengkap dan beragam produk yang tersedia maka membuat para pelanggan akan merasa puas karena keinginan mereka bisa dipenuhi.
4. Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan cepat dan tanggap yang ditawarkan oleh perusahaan dapat memenuhi harapan dari pelanggan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, maka pokok pembahasan pada skripsi ini terfokus pada strategi pemasaran dalam

menjaga kestabilan penjualan, pada penelitian yang berjudul Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kedai Kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk” ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *store atmosphere*, keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi kopiah ireng Kabupaten Nganjuk?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi kopiah ireng Kabupaten Nganjuk?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi kopiah ireng Kabupaten Nganjuk?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi kopiah ireng Kabupaten Nganjuk?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi kopiah ireng Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi kopiah ireng Kabupaten Nganjuk.
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi kopiah ireng Kabupaten Nganjuk.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan di kedai kopi kopiah ireng Kabupaten Nganjuk.

E. Kegunaan Penelitian

Mengacu dari tujuan penulisan diatas, diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi tambahan pengetahuan dan berkontribusi untuk beberapa pihak antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam pengembangan teori dibidang strategi pemasaran dan juga dapat dijadikan sumber wawasan dan ilmu pengetahuan untuk mahasiswa, khususnya program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung mengenai pengaruh *store atmosphere*, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Kedai Kopi Kopiah Ireng

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk menjalankan bisnis di Kedai Kopi Kopiah Ireng sekarang dan dimasa yang akan datang. Serta informasi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi di Kedai Kopi Kopiah Ireng untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi pelanggan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang *store atmosphere*, keragaman produk dan

kualitas pelayanan yang telah disediakan di Kedai Kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk.

c. Bagi Penulis Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sebagai pengembangan penelitian baru untuk penelitian selanjutnya dengan topik serupa.

F. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, pada penelitian ini terdapat 4 variabel yang digunakan, yaitu *store atmosphere* (X1), keragaman Produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) sebagai variabel bebas, kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini akan dilakukan di kedai kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk serta populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang pernah datang dan membeli di kedai kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk.

2. Batasan Masalah

Pada penelitian ini membahas cakupan yang berpotensi muncul dalam penelitian, sehingga alur pembahasannya dapat diarahkan dengan lebih mudah dan disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui sebesar apa Pengaruh *Store atmosphere*, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk. Sebagai upaya untuk menghindari perluasan masalah tersebut, dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini berfokus pada Pengaruh *Store atmosphere*, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk.
- b. Sampel dari penelitian ini adalah para konsumen dari kedai kopi Kopiah Ireng Kabupaten Nganjuk.

G. Penegasan Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan kekeliruan dalam memahami judul serta permasalahan yang akan diteliti, dan sebagai pegangan agar lebih terfokus kajian ini lebih lanjut, maka penegasan variabel secara konseptual dan secara operasional sebagai berikut:

1. Definisi konseptual

- a. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap apa yang dirasakan atas harapan pembelian dan pemakaian sesuatu.⁹

- b. *Store atmosphere*

Store Atmosphere merupakan suatu karakteristik fisik kedai kopi yang digunakan untuk membangun kesan dan menarik pelanggan.¹⁰

⁹ Meithina Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya, Unitomo Press, 2019), hal 92.

¹⁰ Arianty Nel., *Monografe Store Atmosphere Pada Usaha Kuliner Untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat*, (Medan, Umsu Press, 2022), hal 22

c. Keragaman produk

Keragaman produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.¹¹

d. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.¹²

2. Definisi operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menjabarkan variabel yang ada pada penelitian ini sesuai dengan indikator agar mempermudah saat berada dilapangan.

a. Kepuasan pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan memiliki beberapa indikator menurut Menurut Tjiptono yaitu: kepuasan pelanggan dapat diukur melalui indikator berikut yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.¹³

b. *Store atmosphere*

Variabel *store atmosphere* memiliki beberapa indikator. Menurut Berman dan Evan yaitu: terdapat indikator dari elemen *store atmosphere* yang berpengaruh terdiri dari *Exterior*, *General Interior*,

¹¹ Meithina Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya, Unitomo Press,2019), hal 31

¹² *Ibid.*, hal 66

¹³ *Ibid.*, hal 92.

Store Layout dan Interior Display,¹⁴

c. Keragaman produk

Variabel keragaman produk memiliki beberapa indikator. Menurut Kotler yaitu: indikator variabel keragaman produk adalah variasi merk, kelengkapan produk, ukuran produk, dan kualitas produk.¹⁵

d. Kualitas pelayanan

Variabel kualitas pelayanan memiliki beberapa indikator menurut Menurut Kotler yaitu: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati.¹⁶

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk dapat menyampaikan maksud dan gambaran yang jelas, maka disusunlah suatu sistematika penulisan dalam penelitian yang berisi informasi informasi yang dibahas pada setiap bab. Adapun masing-masing bab memiliki sub bab yang akan memberikan pnejelasan secara terperinci yang berkesinambungan sehingga mudah untuk dipahami.

Bagian awal berisi tentang halaman sampul depan judul dan halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran transliterasi dan abstrak.

Pada bagian isi terdiri dari enam bab, yaitu:

¹⁴ Arianty Nel., *Monografe Store Atmosphere Pada Usaha Kuliner Untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat*, (Medan, Umsu Press, 2022), Hal 21-28.

¹⁵Meithina Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya, Unitomo Press, 2019), hal 31-32.

¹⁶*Ibid.*, hal.66.

- BAB I** Pada bab ini menjelaskan terkait Pendahuluan, terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.
- BAB II** Pada bab ini menjelaskan dasar teori yang digunakan untuk penelitian, terdiri dari kerangka teori, kajian penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.
- BAB III** Pada bab ini berisi tentang Metodologi penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.
- BAB IV** Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian, terdiri dari gambaran umum paparan data temuan peneliti dan analisis data.
- BAB V** Pada bab ini berisi tentang Pembahasan, terdiri dari kajian pembahasan dari hasil penelitian terhadap teori yang digunakan dalam kajian pustaka.
- BAB VI** Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penulis yang akan ditujukan kepada seluruh pihak yang berkepentingan. Dengan ini, diharapkan akan berguna bagi para pembaca untuk mengetahui dan memahami secara detail terkait permasalahan yang terjadi.