

PENGARUH ATMOSFER RUANGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI BALLON D'OR SPORT CAFÉ PADANG PARIAMAN

Yorizal Saputra, Yuliana

Program Studi D4 Manajemen Perhotelan

Jurusan Pariwisata

Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

E-mail: Yorizal08@gmail.com

Abstract. *This purpose of research aims to determine the effect Store Atmosphere Against Customer Satisfaction in Ballon D'or Sport Cafe. The type of this research is quantitative descriptive with causal associative method which aims to see how big the influence of variable Store Atmosphere (X) on Customer Satisfaction (Y) in Ballon D'or Sport Cafe. The number of samples in this research amounted to 92 people taken using the technique of taking purposive sampling. Data collection technique is done by indirect communication through questionnaire (questionnaire) by using Likert scale that has been tested the validity and reliability. Further data is analyzed through data analysis, simple linear regression analysis through determinant coefficient analysis (R square), using SPSS Computer Program 16.00. The results showed that: (1) Store Atmosphere is in the less good category (59.78%), (2) Customer Satisfaction is in less good category (45,65%), (3) The result of simple linear regression test is obtained with R Square equal to 0,518 with sig level. 0,000 <0.05. This means that the destination image influences the visiting decision significantly by 51.8%, and the remaining 48.2% is influenced by other factors.*

Keywords: *Store Atmosphere, Customer Satisfaction, Cafe*

PENDAHULUAN

Pada era kompetisi bisnis seperti pada saat sekarang ini jumlah perusahaan yang bergerak di bidang produk atau jasa yang bersaing dipasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif khususnya dibidang jasa. Lupiyoadi (2013:120) "Mengemukakan Perusahaan jasa berfungsi menciptakan pengalaman baru yang berkesan bagi konsumen". Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa tersebut, ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya Ekpektasi konsumen terhadap sebuah produk, terlebih produk jasa membuat perusahaan harus memiliki cara untuk meningkatkan proposisi nilai (*value proposition*).

Salah satu bidang jasa yang merasakan ketatnya persaingan perusahaan jasa saat sekarang ini adalah bisnis *café*, Menurut Marsum (2005) menjelaskan " *Café* atau cape adalah tempat makan atau minum yang menyediakan makanan dan minuman sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi". Eksistensi *cafe* telah menjadi pemandangan sehari-hari khususnya dikalangan remaja, mahasiswa dan pelajar yang butuh akan hiburan dan ketenangan,

Beragam nama *café* dan jenis makanan, minuman yang ditawarkan mulai dari menu tradisional dan hingga konsumen juga bisa merasakan sensasi makan dan minum secara modern, Tidak bisa dipungkiri pergaulan remaja pada saat sekarang ini tidak terlepas dari kehidupan malam baik nongkrong di *café*, *hang*

out, dugem nonton bola bersama teman sebaya dan lain sebagainya, Hal ini sudah menjadi satu komunitas dan menjadi budaya modernisasi di kalangan remaja itu sendiri.

Zeithaml dan Bitner (2001: 86) "*customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their need and expectation*". Konsumen yang merasa puas terhadap produk/ jasa yang dibeli/ digunakan akan kembali menggunakan produk/ jasa yang sama. Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) "Atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan".

Faktor mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Ryu dan Han (2010: 323) "Mengemukakan Atmosfer ruangan tidak hanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian tetapi juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan". Sedangkan menurut Meldarianda (2010) "Mengemukakan Ruangan *café* yang diatur sesuai dengan konsep yang diusung akan memberikan nilai tersendiri di mata pelanggan, Tema-tema yang diusung akan menciptakan Atmosfer positif yang akan mempengaruhi kepuasan pada pelanggan sebaliknya jika *café* memberikan atmosfer yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pelanggan maka para pelanggan merasa tidak puas untuk berlama-lama didalam restoran". Utami (2006: 238) "mengemukakan atmosfer adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, wangi-wangian, dan musik sehingga merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat".

Salah satunya *café* tempat bersantai kaum remaja dan pelajar berada di Kabupaten Padang Pariaman yaitu Ballon D'or Sport Café. *Café* ini

terletak di Jalan lintas Padang Bukittinggi Simpang Lubuak Bonta Nagari Kapalo Hilalang, Ballon D'or Café ini mempunyai ciri khas tersendiri dan menjadi pilihan kaum remaja khususnya penikmat sepak bola, Karena selain menikmati menu yang ditawarkan di *café* ini juga dapat menyaksikan pertandingan sepak bola secara langsung melalui layar yang telah disediakan.

Sesuai dengan namanya Ballon D'or Sport, Café ini terlihat sederhana dan bernuansa sepak bola, selain itu Café ini juga menjual pernak-pernik sepak bola seperti bando, bola kaki, jaket dan *jersey* (seragam) tim sepak bola, dan juga pernak-pernik lainnya. Sehingga *café* ini disukai oleh banyak kaum pria, dan untuk menarik pasar dari kaum wanita Ballon D'or Café menyediakan menu Ballon D'or Bakery yaitu menyediakan aneka kue basah dan kue kering dan juga menerima pesanan untuk kue pesta ulang tahun.

Atmosfer ruangan atau penataan ruangan di Ballon D'or Café sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen, Berdasarkan wawancara penulis dengan 10 orang konsumen yang nongkrong di Ballon D'or Café hasil wawancara, Penulis menemukan 60% konsumen mengeluhkan kurang nyaman ketika berada didalam ruangan karena panasnya suhu udara didalam *café* hal ini dikarenakan kurangnya pendingin udara didalam ruangan Ballon D'or Café,

Masalah yang kedua 40% konsumen mengeluhkan kurang jelasnya pengeras suara di Ballon D'or Café karena alat pengeras suara (*speaker*) yang digunakan terlalu kecil, Masalah selanjutnya konsumen mengeluhkan kurangnya colokan buat charger laptop dan android sehingga konsumen yang mau mengisi baterai android

dan laptop harus pindah ke meja yang ada colokannya.

Kemudian dilihat dari Indikator kepuasan konsumen yakni tercapainya harapan konsumen, berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan terhadap 10 orang pengunjung, 60% pengunjung mengeluhkan kondisi ruangan yang panas di siang hari sehingga mengganggu kenyamanan pengunjung yang datang ke Ballon D’or Café.

Dalam keinginan untuk memakai jasa/produk itu kembali, 40% pengunjung menyatakan tidak adanya keinginan untuk mengulangi kunjungan ke Balloon D’or Café karena ketidaknyamanan pengunjung selama berada di Ballon D’or Café disebabkan masalah pada indikator pertama.

Dalam keinginan untuk merekomendasikan barang dan jasa kepada orang lain, 40% pengunjung mengaku pernah merekomendasikan Ballon D’or Café kepada teman atau sahabat dan 60% lebihnya tidak merekomendasikan kepada orang lain disebabkan pada individu tersebut yang tidak terlalu menyukai Ballon D’or Café karena kondisi ruangan yang ada di Ballon D’or Café baik itu aroma, pencahayaan maupun komunikasi visual sehingga tidak merekomendasikannya kepada orang lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- 1) Mendeskripsikan Atmosfer Ruangan di Ballon D’or Sport Cafe,
- 2) Mendeskripsikan Kepuasan Konsumen di Ballon D’or Sport Cafe,
- 3) Menganalisis pengaruh Atmosfer Ruangan Terhadap Kepuasan Konsumen di Balon D’or Sport Café.

METODE

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif kausal dengan metode survey,

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di ballon d’or sport café. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, sedangkan jenis *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik *sampling* dengan pertimbangan tertentu dimana konsumen yang dipilih sebagai responden adalah konsumen yang sedang dan pernah berkunjung di ballon d’or sport cafe yang berusia 17 tahun ke atas. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 92 responden.

Teknik pengolahan dan analisis data dengan metode pengkategorian penilaian dengan menggunakan rumus Arikunto (2010) yaitu:

- a. Kategori sangat baik : $\geq (Mi + 1,5 Sdi) - \text{Keatas}$
- b. Kategori baik : $(Mi + 0,5 Sdi) - <(Mi + 1,5 Sdi)$
- c. Kategori cukup / Cukup baik : $(Mi - 0,5 Sdi) - <(Mi + 0,5 Sdi)$
- d. Kategori buruk / Kurang baik : $(Mi - 1,5 Sdi) - <(Mi - 0,5 Sdi)$
- e. Kategori sangat buruk / Tidak baik : $< (Mi - 1,5 Sdi) - \text{Kebawah}$

Untuk menentukan skor rata-rata ideal digunakan patokan kurva normal sebagai berikut:

$$Mi = 1/2 \text{ (skor ideal maksimum + skor ideal minimum)}$$

$$Sdi = 1/6 \text{ (skor ideal maksimum - skor ideal minimum)}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Variabel Atmosfer Ruangan (X)

Data variabel atmosfer ruangan (X) diperoleh dari pengisian angket penelitian yang berjumlah 13 item pernyataan, angket disebarkan kepada 92 responden Berdasarkan pengisian angket tersebut

maka dapat dikemukakan hasil deskripsi data dasar dari variabel atmosfer ruangan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Deskripsi Variabel Atmosfer Ruangan (X)

Kategori	Rentang Skor	F	%
Sangat Baik	$\geq 51,99$	19	20,65
Baik	43,33 – <51,99	55	59,78
Cukup Baik	34,67 – <43,33	15	16,30
Kurang Baik	26,01 – <34,67	3	3,26
Tidak Baik	$X \leq 26,01$	0	0
Jumlah		92	100

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel di atas tentang deskripsi variabel atmosfer ruangan dapat disimpulkan 20,65% responden menunjukkan kategori sangat baik dan 59,78% responden menunjukkan pada kategori baik dan sebanyak 16,30% berada pada kategori cukup baik 3,26% berada di kategori kurang baik dan 0% berada pada kategori tidak baik. Dapat disimpulkan atmosfer ruangan di ballon d’or sport café berada pada kategori baik rentang skor 43,33 – <51,99 dengan persentase 59,78%.

2. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Data variabel kepuasan konsumen (Y) diperoleh dari pengisian angket penelitian yang berjumlah 11 item pernyataan, angket disebarkan kepada 92 responden Berdasarkan pengisian angket tersebut maka dapat dikemukakan hasil deskripsi data dasar dari variabel kepuasan konsumen seperti berikut:

Tabel 2. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kategori	Rentang Skor	f	%
Sangat Baik	$\geq 43,99$	25	27,17
Baik	36,66 – < 43,99	42	45,65
Cukup Baik	29,33 – < 36,66	23	25
Kurang Baik	22 – < 29,33	2	2,17
Tidak Baik	$X \leq 22$	0	0
Jumlah		92	100

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel di atas tentang deskripsi variabel kepuasan konsumen dapat disimpulkan 27,17% responden menunjukkan kategori sangat baik dan 45,65% responden menunjukkan pada kategori baik dan sebanyak 25% berada pada kategori cukup baik dan 2,17% berada di kategori kurang baik dan 0% responden menunjukkan kategori tidak baik. Secara keseluruhan kepuasan konsumen di ballon d’or sport café berada pada rentang 36,66 – < 43,99 dengan persentase 45,65%.

3. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, nilai signifikansi (sig.) yang diperoleh dari perhitungan atau nilai probabilitas (p) adalah 0,621 ($p > 0,05$), maka data pada penelitian ini berdistribusi normal

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel homogen atau tidak. Pada penelitian ini nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh dari

perhitungan atau nilai probabilitas (p) adalah 0,758 dan (p) > 0,05 , maka data pada penelitian ini dikatakan homogen atau berasal dari varian yang sama.

c. Uji Linearitas

Uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Pada penelitian ini, nilai signifikan (sig.) deviation from linearity adalah 0,783 dan sig > 0,05, maka dua variabel pada penelitian ini yaitu atmosfer ruangan dan kepuasan konsumen dikatakan mempunyai hubungan linier.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 3. Uji Signifikan Linear Sederhana

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1278.916	1	1278.916	96.882	.000 ^a
Residual	1188.073	90	13.201		
Total	2466.989	91			

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan hasil uji regresi linier diatas diperoleh nilai F hitung 96,882 dengan sig. 0,000 < 0,05 artinya variabel atmosfer ruangan (X) dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen (Y) secara signifikan. Jadi variabel atmosfer ruangan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen, maka Ha diterima dan Ho ditolak.

Tabel 4. Koefisien Regresi Variabel X Terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.148	3.106		2.946	.004
Atmosfer Ruang	.637	.065	.720	9.843	.000

Dari tabel 4 diatas pada kolom B pada *Constant* (a) adalah 9,148, sedangkan nilai kepemimpinan (b) adalah 0,637, sehingga persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana

Y = variabel dependent yang diprediksi

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = Variabel independent

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negative. Sehingga dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa:

- Konstanta sebesar 9,148 menyatakan bahwa jika tidak ada atmosfer ruangan maka nilai kepuasan konsumen sebesar 9,148
- Koefisien regresi X sebesar 0,637 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai atmosfer ruangan, maka nilai kepuasan konsumen bertambah 0,637.

Tabel di atas diperoleh t hitung 9,843 > t tabel dengan taraf sig. 0,00,0 maka variabel atmosfer ruangan mempunyai hubungan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya diperoleh koefisien regresi sebesar 0,426 dengan nilai t hitung 4,915 pada sig. 0,000 < 0,05. Artinya setiap peningkatan

sebesar 1 satuan variabel atmosfer ruangan akan meningkatkan 0,426 satuan kepuasan konsumen.

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel atmosfer ruangan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien dapat dilihat dari nilai *R Square* pada analisis regresi linear sederhana pada tabel 5 berikut:

Tabel 5. R Square Variabel Atmosfer Ruang Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.518	.513	3.633

a. Predictors: (Constant), Atmosfer Ruang

Berdasarkan tabel 5 di atas diperoleh nilai R Square 0,518 Artinya pengaruh variabel atmosfer ruangan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 51,8%. Sedangkan 48,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Pembahasan

1. Atmosfer Ruang

Berdasarkan analisis penelitian tentang atmosfer ruangan, berada pada persentase sebesar 59, 78 % pada rentang skor 43,33 – <51,99 dengan kategori baik. Dengan demikian dapat digambarkan atmosfer ruangan di ballon d’or sport cafe secara keseluruhan dikategorikan baik. Menurut Karmela dan Junaidi (2009) “Atmosfer Ruang cafe keseluruhan efek estetika dan emosional yang diciptakan melalui ciri-ciri fisik restoran dimana semua berhubungan dengan panca indra konsumen”.

2. Kepuasan Konsumen

Penelitian ini telah menemukan gambaran kepuasan konsumen yang datang ke ballon d’or sport cafe. Berdasarkan analisis penelitian tentang kepuasan konsumen, didapat 45,65% berada pada rentang skor 36,66 – <43,99 dengan kategori baik. Dengan demikian dapat disimpulkan kepuasan konsumen di ballon d’or sport café berada dikategori baik/ puas.

3. Pengaruh Atmosfer Ruang Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui derajat pengaruh antara atmosfer ruangan terhadap kepuasan konsumen Dan diperoleh nilai F hitung 96,882 dengan sig. 0,000< 0,05 artinya variabel X dapat menjelaskan variabel Y secara signifikan. Jadi variabel atmosfer ruangan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen, Selanjutnya koefisien regresi sebesar 0,637 pada sig. 0,000> 0,05 artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan atmosfer ruangan akan meningkatkan 0,637 satuan kepuasan konsumen, dan nilai R Square 0,518 artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 0,518 (51,8%). Sedangkan sisanya 48,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

PENUTUP
Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Atmosfer Ruang

terhadap Kepuasan Konsumen di Ballon D'or Sport Cafe" sebagai berikut:

- a. Atmosfer Ruang secara keseluruhan termasuk dalam kategori kurang baik berada pada persentase sebesar 59,78% pada rentang batas interval 43,33 – <51,99
- b. Kepuasan Konsumen di Ballon D'or Sport Cafe secara keseluruhan termasuk dalam kategori puas berada pada persentase sebesar 45,65% pada rentang batas interval 36,66 – <43,99
- c. Koefisien regresi sebesar 0,637 pada sig. 0,000 > 0,005 artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan atmosfer ruangan akan meningkatkan 0,637 satuan kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Atmosfer ruangan Terhadap Kepuasan Konsumen di Ballon D'or Sport Café Padang Pariaman sebesar 51,8% dan 48,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Saran

- a. Kepada Manajemen Ballon D'or Sport Cafe
Mengingat dari hasil penelitian yang menyatakan atmosfer ruangan dan kepuasan konsumen dalam kategori baik, diharapkan pihak ballon d'or sport café dapat mempertahankannya, Namun masih ada indikator yang masuk kedalam karegori cukup baik yaitu indikator tercapainya harapan konsumen dalam hal ini pihak ballon d'or sport cafe lebih memperhatikan keinginan konsumen dan menumbuhkan serta menciptakan atmosfer ruangan yang lebih nyaman lagi bagi konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menerima tanggapan keluhan dan saran dari konsumen mengenai atmosfer ruangan yang telah mereka rasakan di ballon d'or sport café,

sehingga konsumen merasa puas dan harapan mereka terpenuhi selama berada di Ballon D'or Sport Café.

- b. Kepada Jurusan Pariwisata
Diharapkan penelitian ini berguna untuk menambah bahan referensi pembelajaran dipergustakaan, menambah pengetahuan, dan informasi yang dapat mempermudah rekan-rekan mahasiswa yang akan melakukan penelitian. dan untuk dapat meningkatkan kualitas pembelajaran tentang atmosfer ruangan dan *costumer satisfaction* (kepuasan konsumen).
- c. Kepada Peneliti Lainnya
Diharapkan peneliti lainnya perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena masih banyak faktor lain yang kemungkinan memberikan sumbangan signifikan terhadap kepuasan konsumen seperti makanan, brand image, produk, harga, lokasi, fasilitas dan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.W Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi IV. Yogyakarta: Andi.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A. 2001. *Service Marketing* (3rd ed). Tata McGraw Hill: New Delhi.
- Karmela, L, dan Junaidi, J. 2009. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli*

Konsumen pada Toserba Kuningan.
Equilibrium, 5(9).

Kotler, Philips. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2.* Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi.* Jakarta: Selemba Empat.

Meldarianda, R dan Lisan S. 2010. *Pengaruh Store Atmosfer Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Bandung.* *Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 17(2).*

Ryu, kisang, dan Han. 2010. *Influence of The Quality of Food, Service and Physical Environment on Costumer Satisfaction in Quic-Casual Restaurant: Moderating Role of Perceived Prize.* *Journa of Hospitality & Tourism Research. 34(3): 310-329.*

Tjiptono, Fandy.2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Yogyakarta: Andi.

Utami, W. Cristina. 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern.* Jakarta: Selemba Empat.