



Pengaruh Kualitas Produk, Service Quality, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen

The Effect Of Product Quality, Service Quality, And Store Atmosphere On Customer Satisfaction At Havana Garden Coffee, Bireuen District

Nur Amalia^{1*}, Naufal Bachri², Mariyudi³, Halida Bahri⁴

Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Malikussaleh

Email: nur.210410031@mhs.unimal.ac.id¹, naufal.bachri@unimal.ac.id², mariyudi@unimalac.id³, halida.bahri@unimal.ac.id⁴

Article Info**Abstract****Article history :**

Received : 11-01-2026

Revised : 13-01-2026

Accepted : 15-01-2026

Published : 17-01-2026

The development of coffee shop industries in Indonesia continues to show an upward trend; however, several coffee shops still face challenges in meeting customer expectations, including Havana Garden Coffee in Bireuen Regency. This study aimed to analyze the influence of product quality, service quality, and store atmosphere on customer satisfaction. A quantitative approach was employed through the distribution of questionnaires to 102 respondents who had visited Havana Garden Coffee. The research instrument was designed using a five-point Likert scale to measure product taste consistency, service accuracy and responsiveness, as well as the comfort of the store environment. The data were analyzed using Structural Equation Modeling based on SmartPLS to examine the direct relationships among variables. The results indicated that product quality, service quality, and store atmosphere each had a positive and significant effect on customer satisfaction. These findings emphasize that consistent product quality, friendly and responsive service, and a comfortable atmosphere play an important role in shaping customer satisfaction. Therefore, enhancing these three aspects can improve visitors' experiences and encourage repeat visits.

Keywords : Product Quality, Service Quality, Store Atmosphere

Abstrak

Perkembangan industri kedai kopi di Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan; namun, beberapa kedai kopi masih menghadapi tantangan dalam memenuhi harapan pelanggan, termasuk Havana Garden Coffee di Kabupaten Bireuen. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui penyebaran kuesioner kepada 102 responden yang telah mengunjungi Havana Garden Coffee. Instrumen penelitian dirancang menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur konsistensi rasa produk, ketepatan dan responsivitas layanan, serta kenyamanan lingkungan toko. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis SmartPLS untuk menguji hubungan langsung antar variabel. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menekankan bahwa kualitas produk yang konsisten, layanan yang ramah dan responsif, serta suasana yang nyaman memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan ketiga aspek ini dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan mendorong kunjungan berulang.

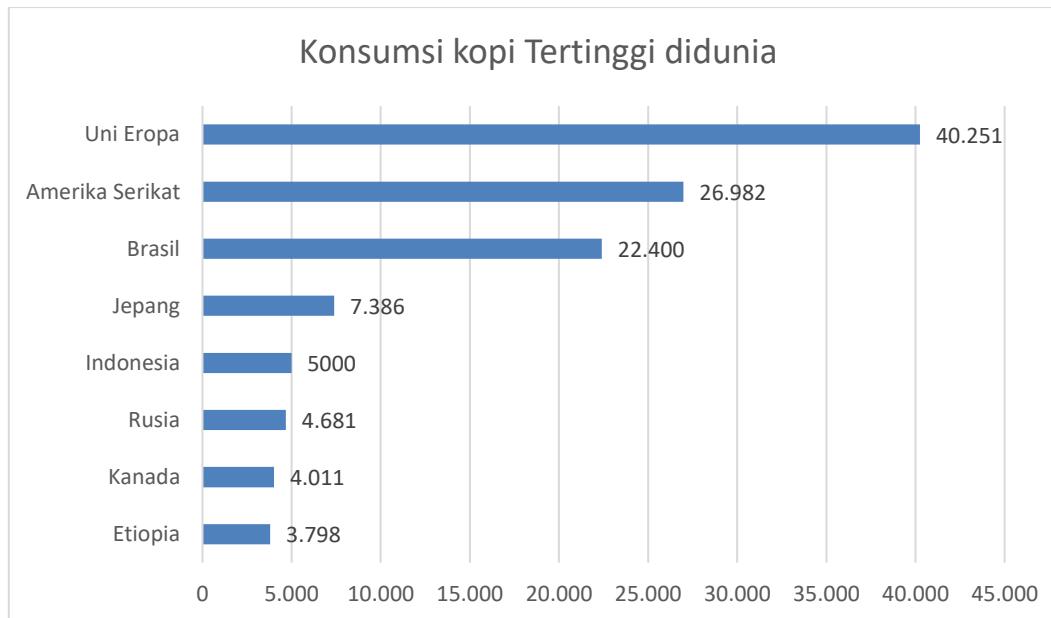
Kata Kunci : Kualitas Produk, Service Quality, Store Atmosphere



PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan seiring dengan semakin beragamnya pola konsumsi masyarakat (Sari, 2022). Salah satu subsektor yang berkembang pesat adalah bisnis kedai kopi, yang kini tidak hanya menjadi tempat menikmati minuman tetapi juga ruang sosial bagi mahasiswa, pelajar universitas, dan pekerja muda.

Seiring berjalannya waktu, industri makanan dan minuman di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Salah satu yang paling mencolok adalah minuman kopi, yang kini menjadi bagian dari aktivitas dan gaya hidup baru bagi generasi milenial. Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan dengan nilai ekonomi yang tinggi, bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan komoditas perkebunan lainnya, serta memainkan peran penting sebagai sumber devisa negara. Meskipun budaya minum kopi telah ada sejak lama, pada masa lalu hanya para penggemar kopi yang mengonsumsinya. Saat ini, masyarakat Indonesia sangat antusias menikmati kopi, berkat rasa dan aroma khasnya. Hingga kini produksi kopi mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram, mencerminkan betapa besarnya minat masyarakat terhadap minuman ini. Berikut adalah data konsumsi kopi didunia:



Gambar 1. 1 Konsumsi Kopi Tertinggi di Dunia pada 8 Negara tahun 2021

Sumber: *International Coffee Organization* (ICO) 2021

Berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO), konsumsi kopi global mencapai 166,35 juta kantong berukuran 60 kg pada periode 2020/2021. Jumlah itu meningkat 1,3% dibandingkan periode sebelumnya yang sebanyak 164,2 juta kantong berukuran 60 kilogram. Uni Eropa menjadi wilayah dengan tingkat konsumsi kopi tertinggi di dunia, yakni 40,25 juta kantong berukuran 60 kg. Posisinya disusul Amerika Serikat yang mengonsumsi kopi sebanyak 26,3 juta kantong berukuran 60 kg. Negara dengan tingkat konsumsi kopi tertinggi berikutnya adalah Brasil yang mencapai 22,4 juta kantong berukuran 60 kg. Kemudian, penduduk Jepang mengonsumsi kopi sebanyak 7,4 juta kantong berukuran 60 kg. Indonesia di urutan kelima dengan konsumsi kopi sebanyak 5 juta kantong berukuran 60 kg. Adapun konsumsi kopi di Rusia sebanyak 4,7 juta kantong berukuran 60 kg. Kanada juga punya konsumsi kopi sebanyak 4,01 juta



juta kantong berukuran 60 kg. Sementara, konsumsi kopi di Etiopia sebesar 3,8 juta kantong berukuran 60 kg. Kopi terus berkembang menjadi salah satu minuman paling popular di dunia yang dapat dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Kopi merupakan salah satu komoditas yang berhasil berkembang pesat di Indonesia baik dari segi konsumsinya maupun produksinya (Putranto & Hudrasyah, 2017).

Di Kabupaten Bireuen, peningkatan jumlah kedai kopi terlihat dari semakin beragamnya tempat usaha yang menawarkan konsep dan suasana yang berbeda, salah satunya adalah Havana Garden Coffee, yang dikenal dengan lokasi strategis dan konsep kontempornya. Meskipun demikian, keluhan pelanggan mengenai rasa yang tidak konsisten, kurangnya keramahan pelayanan, dan suasana yang kurang nyaman menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pelanggan masih perlu ditingkatkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di Havana Garden Coffee di Kabupaten Bireuen. Memahami faktor-faktor ini sangat penting karena kepuasan pelanggan memiliki implikasi langsung terhadap kunjungan berulang, rekomendasi, dan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat penelitian perilaku konsumen di industri kedai kopi, serta menawarkan kontribusi praktis bagi pengelola kafe untuk meningkatkan konsistensi produk, meningkatkan kualitas layanan, dan menciptakan suasana toko yang lebih nyaman dan menarik.

Keunikan penelitian ini terletak pada fokusnya pada kedai kopi yang berlokasi di daerah non-metropolitan, di mana studi serupa masih terbatas. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang sebagian besar dilakukan pada kafe skala nasional atau variabel tunggal, studi sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Ranata Silvia dan Rully Arifiansyah (2023) menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, studi oleh Ika Rahmawati dan Rivera Pantro Sukma (2023) melaporkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan penelitian oleh Yuda Agus Prasetyo dan Hery Pudjoprastyono (2023) menyatakan bahwa suasana toko memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Studi ini mengintegrasikan tiga faktor utama—kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko—secara simultan untuk menguji pengaruh langsungnya terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis SmartPLS. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang membentuk kepuasan pelanggan di Havana Garden Coffee dan memperkuat orisinalitas penelitian dalam konteks industri kedai kopi lokal di Kabupaten Bireuen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan di Havana Garden Coffee di Kabupaten Bireuen. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengukur hubungan antar variabel secara statistik dalam sampel yang besar dan memberikan temuan yang dapat digeneralisasikan.



Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh pelanggan Havana Garden Coffee yang telah mengunjungi dan merasakan layanan yang diberikan di kafe tersebut. Jumlah pasti populasi tidak diketahui karena kedatangan pelanggan berfluktuasi setiap hari. Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel non-probabilitas dengan metode pengambilan sampel bertujuan, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu seperti telah mengunjungi kafe dan mampu mengevaluasi kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko. Sampel penelitian terdiri dari 102 responden yang diperoleh melalui distribusi langsung kuesioner kepada pelanggan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert 5 poin, yang terdiri dari empat variabel utama: kualitas produk (5 indikator), kualitas layanan (5 indikator), suasana toko (4 indikator), dan kepuasan pelanggan (3 indikator). Instrumen penelitian dikembangkan berdasarkan indikator yang diadopsi dari studi sebelumnya yang berkaitan dengan kafe dan restoran, yang kemudian disesuaikan agar sesuai dengan konteks Havana Garden Coffee.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan versi terbaru aplikasi SmartPLS. Tahapan analisis meliputi penilaian model luar, yang terdiri dari validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas melalui nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha. Selanjutnya, penilaian model dalam dilakukan untuk menganalisis hubungan antar variabel dan signifikansinya menggunakan t-statistik dan nilai p-value.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

a. Usia Responden

Tabel 1. 1 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	17-25 Tahun	64	62,7%
2	26-30 Tahun	17	16,7%
3	31-45 Tahun	17	16,7%
4	45 Tahun Keatas	4	3,9%
Total		102	100%

Berdasarkan pada tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa responden yang berusia 17-25 tahun berjumlah 64 responden atau 62,7%, yang berusia 26-30 tahun berjumlah 17 responden atau 16,7%, responden yang berusia 31-45 tahun berjumlah 17 responden atau 16,7% dan yang berusia 45 tahun keatas 4 responden atau 3,9%. Dapat disimpulkan responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 17-25 tahun sebanyak 64 responden atau 62,7%.

b. Jenis Kelamin Responden

Tabel 1. 2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	28	27,5%
2	Perempuan	74	72,5%
Total		102	100%



Berdasarkan pada tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 28 responden atau 27,5%, dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 74 responden atau 72,5%. Dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan yang berjumlah 74 responden atau 72,5%.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 1. 3 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	PNS	7	6,9%
2	IRT	9	8,8%
3	Pegawai Swasta	21	20,6%
4	Mahasiswa/Pelajar	65	63,7%
Total		102	100%

Berdasarkan pada tabel 1.3 dapat dijelaskan bahwa responden yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) berjumlah 7 responden atau 6,9%, Ibu Rumah Tangga (IRT) 9 responden atau 8,8%, Pegawai Swasta berjumlah 21 responden atau 20,6%, dan Mahasiswa/Pelajar 65 responden atau 63,7%. Dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden Mahasiswa/Pelajar yaitu sebanyak 65 responden atau 63,7%.

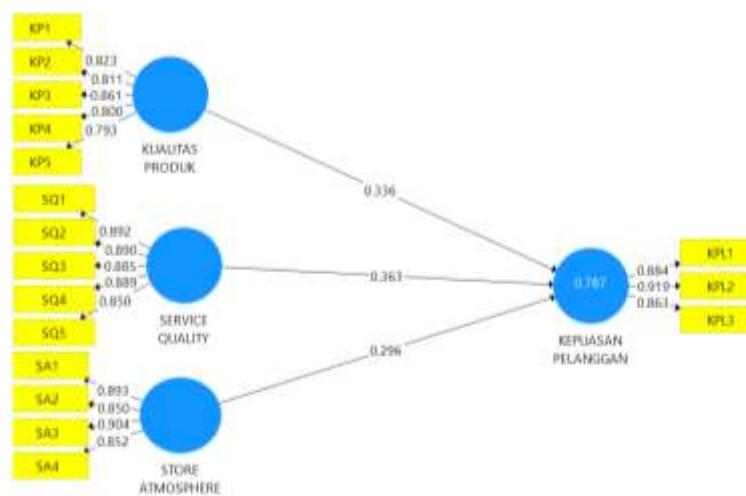
2. Hasil Pengujian Model SEM-PLS

a. Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi terhadap model pengukuran (*Outer Model*) dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan layak dipakai sebagai alat ukur (valid dan dapat diandalkan). Uji validitas digunakan untuk mengecek keabsahan kuesioner agar dapat dipastikan bahwa pernyataan yang ada dalam kuesioner penelitian ini dapat dipahami oleh para responden. Hair (2014) menyatakan bahwa validitas bisa ditentukan melalui convergent validity (*outer model*) dengan nilai loading factor antara 0,50 hingga 0,60 dianggap memadai. Dalam uji validitas ini, peneliti menggunakan nilai loading factor $>0,50$. Kuesioner disebar kepada pelanggan Havana Garden Coffee. Hair et al. (2014) menyarankan bahwa analisis outer model untuk indikator reflektif dapat dilakukan melalui beberapa indikator berikut:

1) Validitas Konvergen

Nilai dari validitas konvergen adalah nilai faktor loading yang ada pada variabel laten beserta dengan indikator-indikatornya. Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana pengukuran suatu konsep memiliki hubungan dengan pengukuran konsep lain yang seharusnya secara teoritis berhubungan positif. Sebuah indikator dapat dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai loading luarnya lebih dari 0.7 Sarwono (2014), sedangkan nilai loading luar yang masih dapat diterima adalah hingga 0.5, sehingga indikator tersebut bisa dihapus dari analisis (Hair et al, 2014). Selain memeriksa loading luar, pengujian validitas konvergen juga bisa dilakukan dengan mengevaluasi AVE. Jika nilai AVE lebih dari 0.5, maka sebuah indikator dianggap telah memenuhi standar validitas konvergen yang baik.



Gambar 1. 1 Hasil Pengujian

Tabel 2. 1 Hasil Analisis Pengujian Validitas Berdasarkan Nilai Loading

No	Variabel	Item Pengukuran	Factor Loading	AVE	Keterangan
1	Kualitas Produk	KP1	0.823	0.689	Valid
		KP2	0.811		Valid
		KP3	0.861		Valid
		KP4	0.800		Valid
		KP5	0.793		Valid
2	Service Quality	SQ1	0.892	0.776	Valid
		SQ2	0.890		Valid
		SQ3	0.885		Valid
		SQ4	0.889		Valid
		SQ5	0.850		Valid
3	Store Atmosphere	SA1	0.893	0.765	Valid
		SA2	0.850		Valid
		SA3	0.904		Valid
		SA4	0.852		Valid
4	Kepuasan Pelanggan	KPL1	0.884	0.765	Valid
		KPL2	0.919		Valid
		KPL3	0.863		Valid

Berdasarkan hasil *loading* pada tabel 2.1, diketahui bahwa seluruh nilai *loading* diatas 0.50 yang berarti telah memenuhi syarat validitas berdasarkan ukuran *loading*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk, Service Quality, Store Atmosphere dan Kepuasan Pelanggan pada penelitian ini memenuhi kriteria evaluasi *outer* model karena seluruh item pertanyaan $>0,70$, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid konvergen.

2) Uji Validitas Diskriminan

Validitas Diskriminan merupakan aspek penting dalam analisis struktural yang mengukur seberapa jauh variabel laten dalam model berbeda satu sama lain. Hasil uji validitas diskriminan ditampilkan dalam tabel berikut, yang memberikan gambaran tentang sejauh mana setiap variabel laten dapat dibedakan satu sama lain dalam model analisis struktural.

**Tabel 2. 2 Hasil Analisis Pengujian Validitas berdasarkan Nilai Loading**

Variabel	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk	Service Quality	Store Atmosphere
Kepuasan Pelanggan	0.889			
Kualitas Produk	0.779	0.817		
Service Quality	0.798	0.654	0.881	
Store Atmosphere	0.794	0.694	0.728	0.875

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai akar AVE tiap-tiap variabel > korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid diskriminan.

3) Uji Reliabilitas

Pengukuran uji reliabilitas konstruk dengan menggunakan *Composite Reliability* harus bernilai di atas 0.70, dan *Cronbach's alpha* harus melebihi angka 0,60. Hasil dilampirkan pada tabel berikut:

Tabel 2. 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
Kepuasan Pelanggan	0.867	0.918
Kualitas Produk	0.876	0.909
Service Quality	0.928	0.945
Store Atmosphere	0.897	0.929

Berdasarkan hasil uji reliabilitas konstruk di atas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- Nilai *composite reliability* yang diperoleh seluruh variabel yang digunakan yaitu Kualitas Produk, *Service Quality*, *Store Atmosphere* dan Kepuasan Pelanggan lebih besar dari 0,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan ukuran *composite reliability*.
- Nilai *cronbach's alpha* yang diperoleh oleh seluruh variabel yang digunakan yaitu Kualitas Produk, *Service Quality*, *Store Atmosphere* dan Kepuasan Pelanggan lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan ukuran *cronbach's alpha*.

b. Analisis Model Struktural (Inner Model)

1) Uji Kolinearitas Model

Uji kolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa tidak terjadi masalah kolinearitas antar indikator yang digunakan dalam model. Hasil uji kolinearitas dapat dilihat pada Tabel berikut:



Tabel 2. 4 Uji Kolinearitas

	VIF
KP1	2.863
KP2	2.864
KP3	2.657
KP4	2.137
KP5	1.906
SQ1	3.765
SQ2	3.493
SQ3	3.232
SQ4	3.279
SQ5	2.500
SA1	2.792
SA2	2.489
SA3	3.195
SA4	2.327
KPL1	2.314
KPL2	2.737
KPL3	2.039

Melalui hasil uji kolinearitas yang ditampilkan pada tabel 2.4 diatas. Nilai VIF yang diperoleh untuk seluruh indikator berada di bawah ambang batas 5, menandakan bahwa tidak terdapat masalah kolinearitas dalam model ini. Karenanya, indikator-indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria dan dapat digunakan untuk analisis regresi lebih lanjut.

b. Analisis Jalur Model Struktural

Model struktural dalam PLS-SEM digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten. Menurut Hair et al. (2017), bentuk umum persamaan struktural dapat dituliskan sebagai berikut:

Model struktural 1

$$Y : X_1 + X_2 + X_3 + \epsilon$$

$$: \beta_1 0.336 + \beta_2 0.363 + \beta_3 0.296 + \epsilon$$

1) Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Interpretasi *R-Square* untuk setiap variabel laten sama dengan interpretasi pada regresi, perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel Kualitas Produk, *Service Quality*, dan *Store Atmosphere* terhadap variabel Kepuasan Pelanggan apakah mempunyai pengaruh yang substantif.

Tabel 2. 5 Koefisien Determinasi (*R-Square*)

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Pelanggan	0.787	0.780

Berdasarkan nilai *R Square* dan *R Square Adjusted* yang ditunjukkan dalam tabel, dapat diinterpretasikan seberapa baik variabel independen dalam model dapat menjelaskan variasi dalam variabel terikat.



Variabel Kepuasan Pelanggan:

R Square: 0.787

R Square Adjusted: 0.780

Berdasarkan nilai *R Square* dan *R Square Adjusted* yang ditunjukkan dalam tabel 4.12, dapat diinterpretasikan seberapa baik variabel independen dalam model dapat menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Nilai *R-Square* untuk variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0.787, nilai tersebut menunjukan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk, *Service Quality* dan *Store Atmosphere* sebesar 0.780 dan dalam pengaruh kuat.

2) Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, *t-statistik* dan *p-value*. Dalam metode *bootstrapping* pada penelitian ini hipotesis diterima jika nilai signifikansi *p-value* <0,05 dan *t-statistik* > 1.98447, maka H₁, H₂, dan H₃ diterima dan begitupun sebaliknya.

3. Hasil Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Analisis direct effect berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Berikut ini tabel hasil penelitian dari effect size yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data:

Tabel 3.1 Pengujian Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kualitas Produk ->Kepuasan Pelanggan	0.336	0.343	0.082	4.095	0.000
Service Quality ->Kepuasan Pelanggan	0.363	0.353	0.084	4.285	0.000
Store Atmosphere ->Kepuasan Pelanggan	0.296	0.299	0.086	3.415	0.007

Berdasarkan tabel 3.1 di atas jika nilai t-statistic > 1.984 atau p Values dengan nilai <0,05.

- Berdasarkan data hasil pengujian hipotesis tersebut, terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai t-statistic 4.095 yang melebihi nilai dari t-tabel 1.984 dan nilai p-value 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi (0,05). Oleh karena itu, hipotesis (H₁) yang mengatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap



Kepuasan Pelanggan dapat diterima. Hal ini sejalan dengan pendapat Silvial dan Arifiansyah (2023).

- b. Terdapat pengaruh positif atau signifikan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai t-statistic 4.285 yang melebihi nilai dari t-tabel 1.984 dan nilai p-value 0,000 dengan nilai signifikansi (0,05). Oleh karena itu, hipotesis (H2) yang mengatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima. Hal ini sejalan dengan pendapat Ranata dan Rully (2023).
- c. Terdapat pengaruh positif atau signifikan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai t-statistic 3.415 yang melebihi nilai dari t-tabel 1,984 dan nilai p-value 0.007 dengan nilai signifikansi (0,05). Oleh karena itu, hipotesis (H3) yang mengatakan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima. Hal ini sejalan dengan pendapat Prasetyo dan Pudjoprastyono (2023).

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tingkat kualitas produk terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang tercermin melalui nilai koefisien jalur dalam hasil analisis sebesar 0.336 dan nilai t-statistik sebesar 4.095 yang melebihi nilai t-tabel 1.98447. Selain itu, nilai *p-value* yang diperoleh adalah 0.000 yang lebih kecil dari tingkat kepentiga yang ditentukan 0,05 ($0,000 < 0,050$). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Analisis dalam penelitian ini sejalan dengan temuan yang disampaikan oleh Ranata Silvia dan Rully Arifiansyah (2023) serta Hasan Basri dan Noer Ranti Subarjo (2024), yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tingkat *service quality* terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang tercermin melalui nilai koefisien jalur dalam hasil analisis sebesar 0.363 dan nilai t-statistik sebesar 4.285 yang melebihi nilai t-tabel 1.98447. Selain itu, nilai *p-value* yang diperoleh adalah 0.000 yang lebih kecil dari tingkat kepentiga yang ditentukan 0,05 ($0,000 < 0,050$). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *service quality* dan kepuasan pelanggan. Analisis dalam penelitian ini sejalan dengan temuan yang disampaikan oleh Ranata Silvia dan Rully Arifiansyah (2023), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tingkat *store atmosphere* terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang tercermin melalui nilai koefisien jalur dalam hasil analisis sebesar 0.296 dan nilai t-statistik sebesar 3.415 yang melebihi nilai t-tabel 1.98447. Selain itu, nilai *p-value* yang diperoleh adalah 0.007 yang lebih kecil dari tingkat kepentiga yang ditentukan 0,05 ($0,000 < 0,050$). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan. Analisis dalam penelitian ini sejalan dengan temuan yang disampaikan oleh Yuda Agus Prasetyo dan Hery Pudjoprastyono (2023) serta Ika Rahmawati



dan Rivera Pantro Sukma (2023), yang menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, *service quality* dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen, sehingga H₁ diterima.
2. *Service quality* memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen, sehingga H₂ diterima.
3. *Store atmosphere* memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen, sehingga H₃ diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Annisa Nurul, Firli Aflahatul Jannah, Meisya Sukma Andiend, Myita Syabrina, Rafly Aulia Rahman, and Khoirul Aziz Husyairi. 2023. "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kopi Vokasi Dengan Metode Importance Performance Analysis." *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan* 14(1). doi: 10.5918/covalue.v14i1.3410.
- Aenyatul. 2019. "Pengaruh Utilitarian Value, Perceived Value, Product Quality, Hedonic Value, Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Kembali Ice Cream & Bubble Tea Mixue Di Yogyakarta." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 3:1–9.
- Ajzen. 1991. "Social Cognitive Theory of Self-Regulation." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2):248–87. doi: 10.1016/0749-5978(91)90022-L.
- Ajzen kautonen. n.d. "The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. Human Behavior and Emerging Technologies," Retrieved (https://www.researchgate.net/publication/342077056_The_theory_of_planned_behavior_Frequently_asked_questions).
- Aryani, Dwi, and Febrina Rosinta. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi* 17(2):114–26. doi: 10.20476/jbb.v17i2.632.
- Berman. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang." 14:723–38. doi: 10.34127/jrlab.v14i1.1388.
- Endrio Sulaeman, Dani, A. A. P Agung Suryawan Wiranatha, and I. Wayan Gede Sedana Yoga. 2024. "Strategy To Improve the Quality of Coffee Beverage Products At Coffee Shop Efg Using the Quality Function Deployment (Qfd) Method Strategi Peningkatan Kualitas Produk Minuman Kopi Di Coffee Shop Efg Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd)." 12(3):390–99.
- Esra Yuningsih L. Purba Siboro, Raden Teja Yokanan. 2023. "Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 152-162 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan Dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh Promotion , Store Atmosphere , Dan Service Quality



Terhadap Customer Satisfaction Dimediasi Oleh Purchase.” *Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen* 1(1):152–62.

Ghozali. 2020. “Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pos Shop Coffee Toffee Simpang Esti Wulansari Dan Tri Sudarwanto Prodi Pendidikan Tata Niaga , Jurusan Pendidikan Ekonomi , Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.” *Pendidikan Tata Niaga* 1–21.

Ha, Jooyeon, and Soo Cheong Jang. 2012. “The Effects of Dining Atmospherics on Behavioral Intentions through Quality Perception.” *Journal of Services Marketing* 26(3):204–15. doi: 10.1108/08876041211224004.

Hair, Joseph F., Jr.; Hult, G. Tomas M.; Ringle, Christian M.; Sarstedt, Marko. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.

Hair. 2020. “Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga Dan Kualitas Produk.” *SEIKO: Journal of Management & Business* 4(2):533–40.

Hartadi, Nikie, and Nur Elfi Husda. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8(3):. 34-43.

Hasan Basri, Noer Ranti Subarjo. 2024. “Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Di Forestree Coffee Transyogi).” *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 5(1):208–22. doi: 10.37012/ileka.v5i1.2172.

Herlambang dan Komara. 2021. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Sarang Kopi Susu Karanggede Boyolali).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3(1):132–44.

Ika Rahmawati, Rivera Pantro Sukma. 2023. “Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di McDonald’s Buaran.” *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2(3):941–46.

Indrasari. 2019. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Coffee Shop.” Retrieved (<http://repository.stei.ac.id/7345/3/>).).

Irawan. 2021. “Analisis Promosi Coffeshop Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Atasnama Kopi Bekasi.”

Kakambong, Mirawati, J. A. F. Kalangi, and Aneke Y. Punuindoong. 2020. “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi 14.” *Productivity* 1(4):361–67.

Kotler dan keller. 2022. “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Economina* 2(3):727–37. doi: 10.55681/economina.v2i3.375.

Kotler dan Keller. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk,Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop Pesen Kopi Cabang Ketabang Surabaya.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 12(2):1–16.

Lamb Sabran. 2012. “Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. As Laia Di Kecamatan Amandraya Olohot.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 6(1):10–22.



- Manengal. 2021. "Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mutiara Kosmetik Di Daerah Istimewa Yogyakarta." Retrieved (<http://e-journal.uajy.ac.id/32583/3/200325599>).
- Mariam. 2023. "Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Multijaya Adyaraya Lampung Utara." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 5–24.
- Mustikasari, Faranita. 2024. "Product Quality, Service Quality, Price, and Location Influence Towards Coffee Shop Customer's Satisfaction." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5(1):1408–23.
- Ningsih, Arma Saputri, Mariyudi, Naufal Bachri, and Halida Bahri. 2024. "The Effect of Product Quality , Price , and Halal Labels on HNI Products on Consumer Buying Interest in Aceh Tamiang." *JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin* 02(4):1184–93.
- Dela Nur Hikmah. 2023. "The Influence of Store Atmosphere and Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Its Impact on Word of Mouth." *International Journal of Economics and Management Sciences* 2(2):41–47. doi: 10.61132/ijems.v2i2.643.
- Pamela Montung. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru." s9-XII(303):308. doi: 10.1093/nq/s9-XII.303.308-b.
- Prasetyo, Hari, and Verry Cyasmoro. 2022. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Promosi, Terhadap Kepuasan Pelanggan Martabak Mertua Di Bogor Jurnal Panorama Nusantara." *Panorama Nusantara* 17(2):1–13.
- Putranto, Fajar Eka, and Herry Hudrasyah. 2017. "Identification of Consumer Decision Journey in Choosing." *Journal of Business and Management* 6(1):88–100.
- Putri. 2020. "Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mutiara Kosmetik Di Daerah Istimewa Yogyakarta." Retrieved (<http://e-journal.uajy.ac.id/32583/3/200325599>).
- Rachman. 2021. "Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi'." Retrieved (https://eprints.ums.ac.id/132622/4/Fitra_Yoga_Hanarko_B100190286).
- Ramadhani, Fauzia Azka, and Ratna Roostika. 2022. "The Influence of Service Quality and Experience Quality on Perceived Value and Their Impact on Attitudes and Loyalty of Coffee Shop Visitors in Yogyakarta, Indonesia." *The International Journal of Business & Management* 10(8):139–45. doi: 10.24940/theijbm/2022/v10/i8/bm2208-033.
- Ranata Silvia, Rully Arifiansyah. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cillo Coffee." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(6):2023. doi: 10.46306/vls.v3i2.218.
- Ruslim, Tommy Setiawan, John Victorino Sukaman, Halim Putera Siswanto, and Galuh Mira Saktiana. 2024. "The Antecedents of Coffee Shop Customers' Satisfaction (a Case Study on 'Kopi Kenangan' Outlet in West Jakarta, Indonesia)." *International Journal of Application on Economics and Business* 2(2):3772–79. doi: 10.24912/ijaeb.v2i2.3772-3779.
- Setiyana, Yusi, Suzy Widyasari. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Gaya



Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario (Studi Pada Dealer Cm Jaya Kota Rembang)." *Prosiding SENDI_U* 476–83.

Sualeh. 2020. "The Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Coffee Shop." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 12(5):1697–1714. doi: 10.37641/jimkes.v12i5.2824.

Sugiyono. 2021. *Buku Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Vol. 5.

Sugiyono. 2022. "Pengaruh Utilitarian Value, Perceived Value, Product Quality, Hedonic Value, Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Kembali Ice Cream & Bubble Tea Mixue Di Yogyakarta."

Sujarweni. 2022. "Pengaruh Utilitarian Value, Perceived Value, Product Quality, Hedonic Value, Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Kembali Ice Cream & Bubble Tea Mixue Di Yogyakarta."

Syarra, Finni, Haulia Putri, Syamsul Bahri, Mohd Heikal, and Halida Bahri. 2025. "Pengaruh Kelengkapan Produk , Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Hijrah Store (Studi Kasus : Pada Pelanggan Kota Lhokseumawe) The Effect Of Product Completeness , Service Quality And Price On Purchase Decisions At Hijrah." (September 2024):16063–68.

Teguh Iman Santoso, and Danang Indrajaya. 2023. "Penggunaan SEM – PLS Dan Aplikasi SmartPLS Untuk Dosen Dan Mahasiswa." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi* 2(2):97–104. doi: 10.54099/jpma.v2i2.630.

Tjiptono. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Els Coffe Di Padang." *Jurnal Matua* 4(2):215–26.

Tjiptono. 2022. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop." *Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* 1(1). doi: <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.14>.

Tjiptono F. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi* 17(1):40–60.

Wibowo, Vera Angelina, and Sentot Suciarto A. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk , Store Asmosphere , Dan Kualitas Layanan , Terhadap Kepuasan Konsumen Di Starbucks Gajah Mada Semarang." 8(1).

Yuda Agus Prasetyo, Hery Pudjoprastyono. 2023. "The Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction at the Starbucks Pakuwon Mall Surabaya Outlet." *International Journal of Economics (IJEC)* 2(2):623–32. doi: 10.55299/ijec.v2i2.625.