

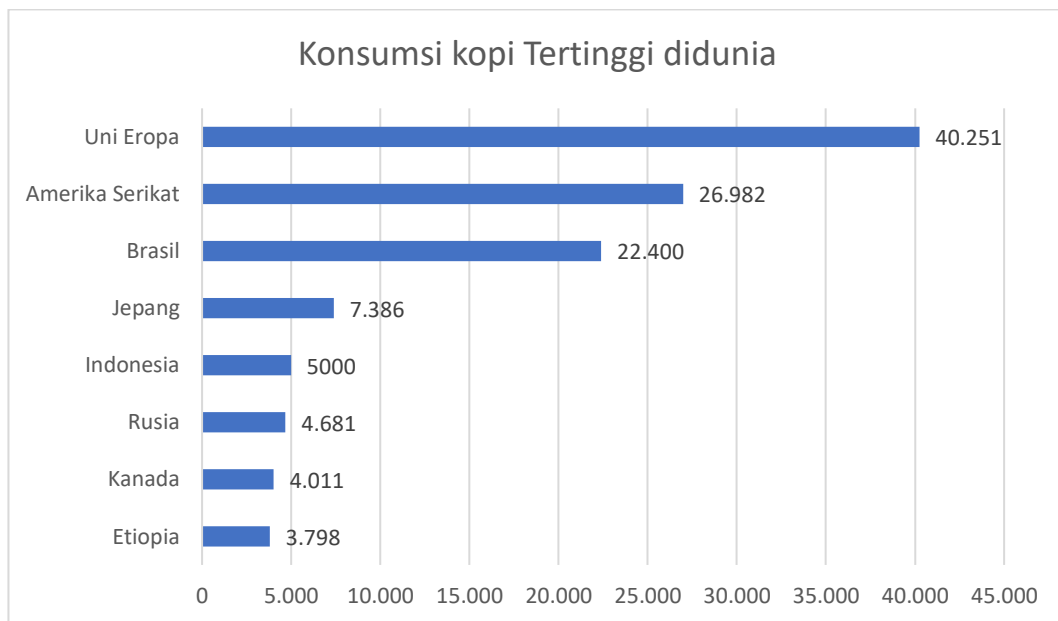
# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perekonomian Indonesia mengalami dorongan yang besar dari peningkatan konsumsi rumah tangga, dengan salah satu sektor yang tumbuh dengan cepat adalah industri makanan dan minuman (Sari, 2022). Penyebabnya adalah karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan utama setiap hari bagi masyarakat.

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 di dunia:



**Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Tertinggi di Dunia pada 8 Negara Tahun 2021**

Sumber: *International Coffee Organization (ICO) 2021*

Berdasarkan data dari International Coffee Organization (ICO), total konsumsi kopi dunia pada periode 2020/2021 mencapai 166,35 juta kantong dengan masing-masing berukuran 60 kilogram. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 1,3% dibandingkan periode sebelumnya yang tercatat sebanyak 164,2 juta kantong. Wilayah dengan konsumsi kopi tertinggi adalah Uni Eropa, dengan jumlah mencapai 40,25 juta kantong, diikuti oleh Amerika Serikat sebanyak 26,3 juta kantong, dan Brasil sebanyak 22,4 juta kantong. Sementara itu, Jepang menempati posisi berikutnya dengan konsumsi sebesar 7,4 juta kantong, disusul oleh Indonesia di urutan kelima dengan 5 juta kantong. Negara lain seperti Rusia mengonsumsi sekitar 4,7 juta kantong, Kanada sebanyak 4,01 juta kantong, dan Etiopia sekitar 3,8 juta kantong berukuran 60 kilogram. Hingga kini, kopi terus berkembang sebagai salah satu minuman paling populer di dunia, yang digemari oleh berbagai

lapisan masyarakat. Di Indonesia sendiri, kopi menjadi komoditas unggulan yang mengalami pertumbuhan pesat, baik dari sisi konsumsi maupun produksi (Putranto & Hudrasyah, 2017).

*Coffe shop* atau kedai kopi merupakan lokasi yang sudah tidak asing lagi bagi kita di Indonesia dan terkenal dengan berbagai jenis minuman yang terbuat dari kopi. *Coffee shop* merupakan tempat yang menyajikan kopi espresso serta makanan kecil lainnya. Namun, seiring berjalannya waktu, kedai kopi ini tidak hanya menawarkan kopi sebagai salah satu produk utama, tetapi juga beragam camilan dan hidangan berat.

Fungsi dari *coffee shop* dapat beragam, tempat ini berfungsi sebagai area untuk bersantai dan rekreasi, serta menghilangkan stress dari rutinitas harian, serta sebagai lokasi untuk mengadakan pertemuan bisnis. Selain itu, *coffee shop* juga menjadi tempat berkumpul bersama teman, mengingat masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan kuat untuk bersosialisasi.

Perkembangan dunia bisnis saat ini menunjukkan peningkatan yang cukup pesat, khususnya pada sektor kuliner. Para pelaku usaha di bidang food service dituntut untuk mampu menghadirkan keunikan atau karakteristik tersendiri agar mudah dibedakan dari para pesaing. Oleh sebab itu, setiap pelaku bisnis perlu merancang strategi yang efektif guna menciptakan kepuasan dan membangun antusiasme konsumen, sehingga proses menikmati produk maupun layanan dapat menjadi pengalaman yang berkesan.

Aceh adalah salah satu provinsi yang kaya akan hasil bumi, yaitu kopi. Keberagaman sumber daya alam ini sangat mempengaruhi gaya hidup masyarakatnya

yang beragam. Kedai kopi adalah salah satu tempat yang sering kita temui di Indonesia, yang berbahan dasar kopi. Kedai kopi adalah ruang yang menyajikan berbagai olahan kopi espresso beserta kudapan kecil. Seiring dengan perkembangannya, kedai kopi kini tidak hanya menawarkan kopi sebagai produk utama, tetapi juga menyediakan makanan ringan dan hidangan berat. Fungsi kedai kopi menurut Ghozali (2020) adalah sebagai tempat rekreasi atau tempat bersantai, yang ideal untuk menghilangkan stress akibat rutinitas sehari-hari. Selain itu, kedai kopi juga menjadi lokasi yang tepat untuk mengadakan pertemuan bisnis dan berkumpul dengan teman-teman, mengingat masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk bersosialisasi. Interaksi antarsesama warga Aceh pun tidak dapat dihindari, dan salah satu tempat yang menjadi ajang pertemuan mereka adalah cafe yang menyajikan berbagai makanan dan minuman. Kedai kopi memiliki peran yang signifikan dalam membangun cara hidup masyarakat. Kebiasaan warga Aceh untuk bersosialisasi di tempat-tempat semacam ini sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari tradisi mereka.

Dengan cepatnya pertumbuhan industri makanan saat ini, terutama di sektor cafe, kita melihat banyaknya muncul berbagai usaha cafe yang sangat disukai oleh masyarakat. Situasi ini memberikan kesempatan besar bagi para pebisnis di bidang ini. Salah satu hal penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha adalah kewajiban untuk memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang mereka tawarkan, seperti menu, fasilitas, dan sistem pelayanan. Dengan demikian konsumen akan merasa puas terhadap layanan yang diterima,

semua ini menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan pembelian mereka.

Cafe didefinisikan sebagai tempat yang menyajikan makanan dan minuman cepat saji dalam suasana yang santai. Selain itu cafe adalah salah satu jenis restoran yang biasanya menyediakan area duduk baik di dalam maupun di luar ruangan. Oleh karena itu, cafe pada umumnya berupaya menyediakan berbagai variasi menu bagi konsumennya. Secara umum, cafe termasuk ke dalam kategori industri kuliner yang bergerak pada bidang penyediaan makanan dan minuman, serta dikelola secara profesional dengan menekankan pelayanan yang ramah dan menyeluruh kepada pelanggan. Lebih dari sekedar tempat untuk bersantai, cafe juga memberikan banyak manfaat bagi pengunjung. Salah satunya adalah sebagai tempat untuk melepas kejenuhan dan kelelahan. Kedai kopi juga mampu menciptakan suasana yang tenang dan ramai sekaligus menjadi lokasi ideal untuk menyelesaikan tugas, bercanda dengan teman, atau bahkan menjalin pertemanan baru. Dengan suasana yang ditawarkan, cafe memberikan kenyamanan bagi para pengunjungnya.

Menurut Tjiptono (2022) kepuasan adalah perasaan yang muncul saat seseorang merasakan kegembiraan atau kekecewaan, tergantung pada perbandingan antara kinerja yang mereka rasakan dari sebuah produk (hasil) dengan ekspektasi yang mereka miliki. Jika kinerja produk tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerjanya sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan merasa puas. Bahkan apabila kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasakan kepuasan yang sangat tinggi atau

kebahagiaan yang luar biasa. Kepuasan pelanggan adalah sebuah perasaan baik sedih maupun gembira yang dialami oleh setiap individu. Hal ini berkaitan dengan penilaian pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan yang mereka peroleh, serta sejauh mana hal tersebut sesuai dengan harapan yang telah terbentuk sebelumnya.

Menurut Kotler dan Keller (2022) kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai tingkat di mana kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Mereka juga menekankan bahwa upaya perusahaan untuk menarik pelanggan baru atau mengembalikan pelanggan yang telah pergi jauh lebih besar dibandingkan dengan upaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Kepuasan pelanggan dapat dipahami sebagai hasil dari proses yang dijalankan oleh perusahaan dalam menyediakan produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Menurut Luthra (2020), kepuasan pelanggan merupakan suatu kondisi yang terbentuk dari interaksi antara produk yang disediakan oleh perusahaan dengan ekspektasi yang dimiliki oleh pelanggan. Apabila produk tersebut berhasil memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan yang dirasakan akan tinggi. Sebaliknya, apabila produk gagal memenuhi harapan pelanggan, hal tersebut akan mengakibatkan ketidakpuasan. Konsep ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan bersifat dinamis dan sangat dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap pengalaman yang mereka alami. Ekspektasi pelanggan terbentuk melalui berbagai faktor, seperti pengalaman pribadi di masa lalu, rekomendasi dari orang lain, persepsi terhadap citra merek, serta informasi yang diperoleh dari kegiatan promosi maupun media

massa. Dengan demikian, ekspektasi tersebut bersifat dinamis dan dapat mengalami perubahan dari waktu ke waktu, seiring dengan perkembangan pasar dan perubahan tren konsumen. Selain itu, proses penciptaan kepuasan pelanggan tidak hanya terbatas pada kualitas produk semata, melainkan juga mencakup kualitas layanan, suasana tempat, harga, dan faktor pendukung lainnya yang memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dalam konteks coffee shop, misalnya rasa kopi yang konsisten, pelayanan yang ramah dan cepat, kebersihan tempat, serta kenyamanan suasana menjadi bagian penting yang turut menentukan kepuasan pelanggan.

Menurut Sualeh (2020) kualitas produk adalah salah satu faktor terpenting yang membantu produsen mencapai kesuksesan di pasar kopi global. Pasar global kini semakin menekankan pada peningkatan kualitas produk melalui pendekatan baru dalam penandaan kualitas. Di sisi lain, Ha dan Jang (2012) menjelaskan bahwa kualitas produk mencakup karakteristik yang menentukan rasa, aroma, serta pengalaman menyeluruh saat menikmati kopi di coffee shop.

Menurut Kotler dan Keller (2021), kualitas produk adalah kemampuan yang dimiliki oleh suatu produk untuk menjalankan dan memenuhi fungsi-fungsi utamanya dengan optimal. Kemampuan ini meliputi berbagai aspek penting, seperti daya tahan produk terhadap kerusakan, tingkat keandalan dalam penggunaannya, serta ketelitian atau presisi baik dalam proses produksi maupun pada hasil akhir produk tersebut. Dengan demikian, kualitas tidak hanya terbatas pada penampilan fisik, tetapi juga mencerminkan keseluruhan kinerja dan manfaat produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Beberapa konsumen mengeluhkan bahwa rasa

makanan dan minuman yang disajikan tidak konsisten. Selain itu, porsi yang diterima terkadang tidak sesuai dengan harga yang dibayarkan, sehingga menimbulkan persepsi bahwa harga produk kurang sebanding dengan kualitas yang diterima. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk terus berupaya meningkatkan kualitas produk dan jasa yang mereka tawarkan kepada pasar. Peningkatan kualitas memiliki peran yang sangat penting, karena dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan dengan membuat mereka merasa bahwa produk atau layanan yang diterima telah memenuhi bahkan melampaui harapan mereka. Tingkat kepuasan tersebut selanjutnya memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan, yang tercermin melalui keinginan untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang serta menyampaikan rekomendasi positif kepada calon pelanggan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ranata Silvia dan Rully Arifiansyah (2023), ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Hasan Basri dan Noer Ranti Subarjo (2024) juga menunjukkan bahwa kualitas produk secara simultan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan (service quality) menggambarkan tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan serta kemampuan perusahaan dalam mengelola tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas layanan mencerminkan komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, yang meskipun bersifat tidak berwujud, dapat dirasakan secara



nyata melalui pengalaman pelanggan. Keberhasilan suatu bisnis, termasuk Havana Garden Coffee, sangat bergantung pada sejauh mana pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Apabila perusahaan mampu menghadirkan layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan tercapai. Kualitas layanan menjadi salah satu aspek yang dipertimbangkan pelanggan saat ingin melakukan pembelian pada suatu produk/jasa. Namun demikian, masih terdapat beberapa keluhan terkait dengan pelayanan, seperti staf yang kurang ramah, waktu penyajian yang lama, serta kurangnya perhatian terhadap permintaan khusus dari pelanggan. Hal ini dapat mengurangi kenyamanan dan kepuasan selama berkunjung

Menurut Manengal (2021) kualitas layanan merupakan suatu kondisi yang bersifat dinamis karena berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan. Kualitas layanan dikatakan baik apabila mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Sementara itu, Putri (2020) menjelaskan bahwa kualitas layanan adalah bentuk pelayanan yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan standar yang telah ditetapkan sebagai acuan dalam pelaksanaan layanan.

Menurut Tjiptono (2021) kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai tingkatan keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan. Tingkatan ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk mengontrol pencapaian keunggulan tersebut, dengan tujuan utama memenuhi bahkan melampaui harapan dan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan tidak hanya berorientasi pada pencapaian hasil akhir, tetapi juga mencakup proses yang berkelanjutan guna menjamin konsistensi

standar pelayanan serta kesesuaiannya dengan harapan pelanggan yang terus mengalami perubahan. Menurut Tjiptono (2021), Kualitas layanan dapat dipandang sebagai tolak ukur untuk menilai sejauh mana pelayanan yang disediakan oleh perusahaan mampu memenuhi, bahkan melampaui, ekspektasi konsumen. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa kualitas tidak hanya bersifat objektif, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap pengalaman layanan yang mereka terima. Kualitas layanan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi, memahami, dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dengan tepat. Dengan demikian, layanan yang diberikan dapat sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melampaui harapan mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki sistem yang responsif dan adaptif terhadap perubahan preferensi pelanggan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ika Rahmawati dan Rivera Pantro Sukma (2023) kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh Ranata Silvia dan Rully Arifiansyah (2023) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

*Store Atmosphere* (suasana toko) merupakan aspek krusial dalam pengembangan sebuah bisnis. Lingkungan yang sejuk dan nyaman dapat menciptakan rasa betah bagi konsumen sehingga mereka cenderung menghabiskan waktu lebih lama di tempat tersebut. Suasana yang menyenangkan juga berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan serta mampu menarik

minat konsumen lokal terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mempertimbangkan secara cermat pemilihan lokasi untuk menjalankan aktivitas bisnisnya, sebab lokasi yang strategis dan nyaman dapat memberikan keuntungan yang lebih besar. Pemilihan tempat usaha di area pusat kota atau lokasi yang mudah diakses oleh calon pelanggan merupakan salah satu strategi efektif yang dapat diterapkan oleh pemilik bisnis (Rachman, 2021).

Suasana cafe merupakan elemen fisik yang berperan penting dalam menciptakan kesan, membangun loyalitas pelanggan, serta menarik minat pengunjung. Pemilik toko sebaiknya mempertimbangkan berbagai aspek seperti etalase, musik, pajangan manekin, pencahayaan, warna, visual merchandising, signage, desain toko, dan keseluruhan suasana untuk menjadikan toko mereka lebih menarik bagi pelanggan. Meskipun suasana di sebuah cafe dapat terlihat nyaman dan estetik, tidak jarang ditemukan keluhan dari pelanggan terkait kebersihan meja dan kursi, pencahayaan yang kurang optimal pada malam hari, serta volume musik yang terkadang terlalu keras. Hal-hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kenyamanan dan kualitas pengalaman selama berada di tempat tersebut.

Menurut Berman (2018) *store atmosphere* mengacu pada karakteristik fisik dari suatu toko yang membentuk citra tertentu dan mampu menarik perhatian pelanggan. Karakteristik tersebut meliputi tampilan luar, tata letak, desain interior secara keseluruhan, serta berbagai elemen visual yang ada di dalam toko. Selain itu, aspek seperti pandangan, suara, dan aroma juga berperan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap toko. Sementara itu, Kotler dan Keller (2021)

menjelaskan bahwa *store atmosphere* merupakan gambaran menyeluruh dari suasana yang diciptakan oleh toko melalui interaksi antara elemen fisik dan psikologis. Elemen fisik meliputi bagian eksterior dan interior toko, sedangkan elemen psikologis mencakup tingkat kenyamanan, mutu pelayanan, kebersihan lingkungan, ketersediaan produk, kreativitas dalam promosi, serta pemanfaatan teknologi.

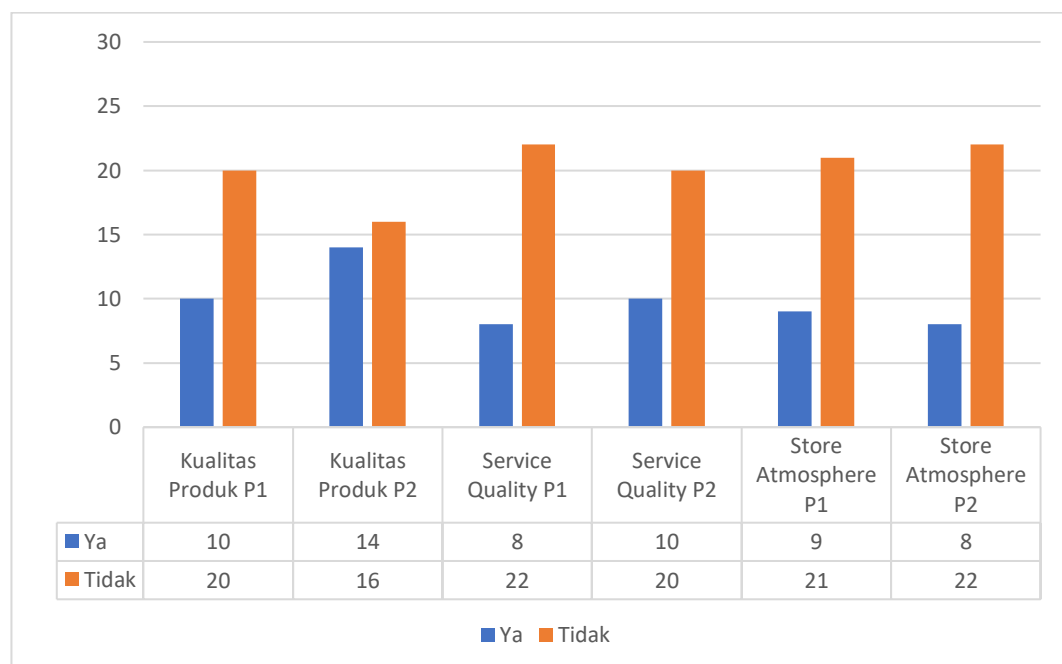
Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yuda Agus Prasetyo dan Hery Pudjoprastyono (2023) *Store Atmosphere* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya menurut penelitian Ika Rahmawati dan Rivera Pantro Sukma (2023) Suasana Toko berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Di Kabupaten Bireuen, tren cafe semakin berkembang pesat dan menjadi tujuan utama bagi para pecinta kuliner. Beberapa cafe yang dapat dijadikan rujukan antara lain Jameuen Kupie, Golden Premium, Zona Nyaman, dan masih banyak lagi. Setiap cafe menawarkan beragam makanan dan minuman dengan ciri khasnya masing-masing, sehingga menciptakan pengalaman kuliner yang berbeda di setiap tempat.

Di Kabupaten Bireuen, terdapat sebuah tempat singgah yang menarik bernama Havana Garden Coffee. Lokasinya yang strategis terletak di Jalan Damai, Dusun Komes, Pulo Ara Geudong Teungoh, Kecamatan Kota Juang, Kabupaten Bireuen. Havana Garden Coffee menyediakan beragam pilihan makanan dan minuman. Seiring dengan perkembangan usahanya, kafe ini terus melakukan inovasi dengan menambah variasi menu sebagai pelengkap, guna memberikan pengalaman kuliner yang lebih optimal bagi para pelanggan. Setiap orang memiliki

selera makan yang berbeda. Oleh karena itu, jika sebuah cafe menawarkan beragam pilihan menu, hal ini tentu akan memudahkan untuk menarik minat konsumen. Semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin mudah bagi pengunjung untuk menemukan menu yang sesuai dengan keinginan mereka. Havana Garden Coffee memiliki konsep tempat yang menarik dengan nuansa outdoor dengan area duduk yang estetik dan kekinian. Di Havana Garden Coffee para pengunjung bisa menikmati suasana yang sejuk dan tenang, dikelilingi oleh rindangnya pohon-pohon dan tanaman yang membuat para pengunjung terasa lebih adem. Setiap sudut Havana Garden dirancang untuk memberikan kenyamanan dan kedamaian, cocok untuk yang ingin bersantai, bekerja, atau ngobrol dengan teman.

Berikut merupakan diagram yang menampilkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap pelanggan Havana Garden Coffee:



**Gambar 1. 1 Diagram hasil observasi awal pelanggan Havana Garden Coffee**

Sumber: Data hasil observasi oleh peneliti 2025

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan terhadap 30 pelanggan Havana Garden Coffee, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok usia 17–25 tahun sebanyak 19 orang (63%), kemudian diikuti oleh responden berusia 31–45 tahun sebanyak 5 orang (17%), usia 26–30 tahun sebanyak 3 orang (10%), dan usia di atas 45 tahun sebanyak 3 orang (10%). Dari segi jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 23 orang (77%), sementara laki-laki berjumlah 7 orang (23%). Jika dilihat dari segi pekerjaan, mayoritas responden merupakan mahasiswa/pelajar sebanyak 20 orang (67%), kemudian pegawai swasta sebanyak 4 orang (13%), PNS sebanyak 3 orang (10%), dan ibu rumah tangga (IRT) sebanyak 3 orang (10%).

Berdasarkan hasil observasi awal ini menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap kualitas produk, *service quality*, dan *store atmosphere* di Havana Garden Coffee cenderung positif. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah responden yang memberikan jawaban “Tidak” lebih banyak, yang berarti mereka tidak mengalami masalah berarti dalam aspek-aspek yang ditanyakan. Namun demikian, terdapat sebagian kecil responden yang mengungkapkan rasa ketidakpuasan, khususnya terkait dengan aspek porsi makanan, kecepatan pelayanan, serta kenyamanan suasana yang dirasakan. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam memberikan pelayanan dan pengalaman yang lebih optimal kepada pelanggan.

Berdasarkan keluhan yang disampaikan oleh konsumen melalui situs web dan hasil observasi awal di Havana Garden Coffee, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di Havana Garden Coffee terkait harga yang tergolong

mahal dibandingkan cafe sejenis, pelayanan dalam menyajikan makanan dan minuman masih belum memuaskan, serta suasana yang sepenuhnya belum terasa nyaman. Komentar dari pelanggan menunjukkan bahwa adanya berbagai masalah yang perlu diperhatikan, seperti keluhan pelanggan terkait lamanya penyajian, kualitas rasa makanan, dan kenyamanan suasana. Kondisi ini dapat menyebabkan ketidakpuasan di kalangan pelanggan dan membuat pelanggan enggan untuk kembali mengunjungi Havana Garden Coffee.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, *Service Quality*, dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan di Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen.
2. Untuk mengetahui apakah *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen.
3. Untuk mengetahui apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Havana Garden Coffee Kabupaten Bireuen.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk, *service quality*, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan, serta keterkaitan di antara variabel-variabel tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran, serta dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak yang tertarik untuk melakukan penelitian sejenis.
3. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman dalam memahami dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.