

Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen KFC Purus Veteran Kota Padang

Tiara Maharani

Universitas Negeri Padang, Indonesia

tayamaharani@gmail.com

Nidia Wulansari

Universitas Negeri Padang, Indonesia

nidia.wulansari@fpp.unp.ac.id

Abstract. *The findings of problems related to store atmosphere and service quality on customer satisfaction are the impetus for this research. This study aims to examine how customer satisfaction at KFC Purus Veteran Padang City is influenced by store atmosphere and service quality. Quantitative research is the methodology used. Primary data is the type of data used in this study. The participants in this study were consumers of KFC Purus Veteran Padang City. This study involved a sample size of 97 consumers, who were selected through the non-probability sampling method. Data collection was carried out using a Likert scale questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data were analyzed using SPSS 23.00 software. The findings show that the store atmosphere received a high rating of 4.08% which indicates a positive perception among consumers. In addition, consumer satisfaction was rated at 3.68% and service quality at 3.49%, both of which fell into the satisfactory category. The results also show a significant effect of store atmosphere (X1) and service quality (X2) on customer satisfaction (Y). The Adjusted R Square value of 0.187 indicates that these variables explain 18.7% of the variance in customer satisfaction, while the remaining 81.3% is influenced by other factors not examined in the study. Translated with DeepL.com (free version). Next, the F value is calculated with sig. $0.000 < 0.05$ is 12,070.*

Keywords: *store atmosphere, service quality, and consumer satisfaction*

Abstrak. Temuan permasalahan terkait *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menjadi pendorong dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana kepuasan konsumen di KFC Purus Veteran Kota Padang dipengaruhi oleh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan. Penelitian kuantitatif adalah metodologi yang digunakan. Data primer merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Partisipan dalam penelitian ini adalah konsumen KFC Purus Veteran Kota Padang. Penelitian ini melibatkan jumlah sampel sebanyak 97 konsumen, yang dipilih melalui metode non-probability sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner skala likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis dengan menggunakan software SPSS 23.00. Temuannya menunjukkan bahwa *store atmosphere* mendapat rating tinggi sebesar 4,08% yang menunjukkan persepsi positif di kalangan konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen dinilai sebesar 3,68% dan kualitas layanan sebesar 3,49%, keduanya masuk dalam kategori memuaskan. Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan *store atmosphere* (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,187 menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut menjelaskan 18,7% varians kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 81,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Furthermore, the F value of 12.070 with a significance level of $0.000 < 0.05$ indicates a strong relationship between variables.

Kata Kunci: *store atmosphere, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen*

1. LATAR BELAKANG

Dalam dunia usaha, setiap pengusaha harus mampu bersaing dan unggul. Dalam bisnis saat ini, wirausahawan harus memiliki keterampilan dan strategi yang diperlukan untuk tidak hanya bersaing, namun juga mengungguli pesaing mereka agar dapat berkembang. Ketika

pasar semakin jenuh dengan bisnis yang bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen, tingkat persaingan semakin ketat, sehingga penting bagi para wirausaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar tetap menjadi yang terdepan. Salah satu peluang bisnis adalah restoran. Restoran, sebagaimana didefinisikan oleh Marsum (2005:7), adalah setiap usaha yang dijalankan sebagai suatu bisnis dan menawarkan makanan dan minuman berkualitas tinggi kepada semua pelanggannya. Semakin banyak pengusaha makanan dan minuman yang membuka restoran salah satunya restoran cepat saji. Berbagai cara dilakukan untuk memenangkan persaingan, salah satunya dengan mengutamakan kepuasan konsumen. Kotler & Keller (2016) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan puas atau tidak puas yang timbul dari perbandingan antara harapannya dan seberapa baik kinerja suatu produk. Menciptakan atau menawarkan lingkungan toko yang nyaman hanyalah salah satu langkah dalam proses panjang untuk memastikan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, pelanggan akan mempertimbangkan hal ini sebelum memilih untuk menggunakan layanan yang diiklankan perusahaan. (Wimba dan Putra, 2021).

Menurut Berman dan Evan (2018), atribut fisik toko yang berfungsi untuk menciptakan kesan pertama dan menarik pelanggan disebut dengan atmosfer. Selain *store atmosphere*, kualitas layanan merupakan faktor lain yang penting bagi pelanggan (Putra dan Wimba, 2021). Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014) adalah upaya untuk memuaskan permintaan dan keinginan pelanggan sekaligus memastikan cara penyampaiannya dapat memenuhi harapan pelanggan.. Di Kota Padang produk KFC sangat diminat oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, mahasiswa, dan bahkan orang dewasa, karena memiliki harga yang terjangkau, sehingga siapapun bisa untuk membeli produk tersebut. Kentucky Fried Chicken (KFC) merupakan salah satu restoran cepat saji yang berada di Kota Padang yang beralamat di Jl. Veteran Padang No.7 B, Purus Kota Padang, Sumatera Barat. Berdasarkan observasi kunjungan dengan konsumen pada tanggal 14 Maret 2024 peneliti mendapatkan permasalahan mengenai kepuasan konsumen mengenai *store atmosphere* di KFC Purus Veteran, Kemudian peneliti mendapatkan keluhan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga konsumen memilih mengunjungi KFC lain. beberapa keluhan mengenai kualitas pelayanan tentang tidak terpenuhinya kebutuhan serta keinginan konsumen yang disebabkan oleh kurang ramahnya kualitas pelayanan pada KFC Purus Veteran Kota Padang. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen KFC Purus Veteran Kota Padang”**.

2. KAJIAN TEORITIS

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi terhadap kejutan yang melekat atau melekat pada perolehan produk dan/atau pengalaman konsumen (Tjiptono, 2014:353). Selain itu, seperti yang diungkapkan Danang Sunyoto (2015:140), kepuasan konsumen memegang peranan penting dalam menentukan di mana konsumen memilih untuk melakukan pembeliannya. Ketika konsumen puas dengan suatu produk, mereka cenderung menjadi pelanggan tetap dan menyebarkan informasi positif dari mulut ke mulut tentang pengalaman memuaskan mereka. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013: p.181), kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai keselarasan antara harapan konsumen dengan kinerja produk sebenarnya.

2. *Store Atmosphere*

Menurut Gilbert (2013:129), "*Store Atmosphere* adalah kombinasi dari pesan fisik yang telah direncanakan. *Store atmosphere* dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian". Kemudian Atribut fisik sebuah toko, termasuk arsitektur, tata letak, pencahayaan, tampilan, warna, suhu, musik, dan aroma, semuanya bekerja sama untuk menghasilkan kesan di benak pelanggan, menurut Utami (2017).

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Adrianto (2018), memenuhi tuntutan dan persyaratan serta memenuhi tenggat waktu untuk memuaskan pelanggan merupakan komponen kunci dalam menyediakan layanan berkualitas tinggi (p. 83). Semua layanan yang diberikan oleh bisnis kepada klien saat mereka berada di sana termasuk dalam kategori "kualitas layanan". Lebih lanjut, "kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan suatu kebutuhan," ungkap Kotler dan Keller (2016: 143). Tindakan seseorang atau organisasi yang dimaksudkan untuk memuaskan pelanggan atau karyawan disebut dengan pemberian pelayanan yang berkualitas (Kasmir, 2017:47). Sedangkan kualitas pelayanan merupakan faktor krusial yang perlu diperhatikan agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang luar biasa, menurut Aria dan Atik (2018:16). Fokus suatu perusahaan hendaknya terletak pada kualitas pelayanan karena berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan yang akan meningkat jika pelayanannya berkualitas.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metodologi asosiatif kausal dan tergolong penelitian deskriptif kuantitatif. Pelanggan yang mengunjungi KFC Purus Veteran Kota Padang antara bulan September 2023 hingga Februari 2024 merupakan populasi penelitian yang memiliki 2.668 tanggapan (16.010/6). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini disebut data primer. Pengujian instrumen mencakup validitas dan reliabilitas, serta uji hipotesis, heteroskedastisitas, normalitas, dan multikolinearitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Deskripsi Data Variable *Store Atmosphere*

SA		
N	Valid	97
	Missing	0
Mean		93,77
Median		94,00
Mode		91 ^a
Std. Deviation		8,836
Variance		78,073
Range		43
Minimum		68
Maximum		111
Sum		9096

Berdasarkan tabel diatas terlihat data mengenai variabel *store atmosphere* yang diambil melalui kuesioner berjumlah 23 item pernyataan yang diberikan kepada 97 orang dengan nilai mean 93.77, median 43.00, mode 91, standar deviasi 8.836, Variance 78.073, Range 43, nilai minimum 68, nilai maksimum 111, dan nilai total 9,096.

2. Deskripsi Data Variable Kualitas Pelayanan

KP		
N	Valid	97
	Missing	0
Mean		55.84
Median		55.00
Mode		53
Std. Deviation		5.996
Variance		35.952
Range		35
Minimum		41
Maximum		76
Sum		5416

Sebanyak 16 pernyataan diberikan kepada 96 responden untuk mengumpulkan data mengenai variabel kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan nilai mean angket sebesar 55,84, median sebesar 55,00, modus sebesar 53, standar deviasi sebesar 5,996, nilai minimum sebesar 41, nilai maksimum sebesar 76, dan nilai total sebesar 5,416.

3. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen

KK		
N	Valid	97
	Missing	0
Mean		40.44
Median		41.00
Mode		42
Std. Deviation		4.233
Variance		17.916
Range		20
Minimum		32
Maximum		52
Sum		3923

Terlihat pada tabel di atas, terdapat 97 responden yang mengisi kuesioner yang terdiri dari 11 pertanyaan pernyataan untuk memberikan informasi mengenai indeks kepuasan konsumen. 40,44 adalah nilai rata-rata, 41,00 adalah median, 42 adalah modus, 4,233 adalah standar deviasi, 32 adalah minimum dan 52 adalah maksimum, dan 3,923 adalah total.

UJI PERSYARATAN ANALISIS

1. UJI NORMALITAS

Data primer merupakan data yang digunakan pada penelitian ini. Pengujian instrumen mencakup validitas dan reliabilitas, serta uji hipotesis, heteroskedastisitas, normalitas, dan multikolinearitas. Tabel berikut menampilkan temuan uji normalitas:

Tabel 1. Hasil uji Normalitas Variabel

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,77561096
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,068
	Negative	-,064
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel 40 diatas menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mempunyai distribusi yang normal, dengan nilai Asymp Sig sebesar 0,200 dan nilai signifikansi >0,05 untuk hasil uji normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi yang tidak heteroskedastis memiliki variasi yang sama dari residual satu ke pengamatan yang lain. Uji Glejser dengan software SPSS versi 23.00 dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas. Hasil heteroskedastisitas ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 41. Hasil Uji Heteroskedastisitas melalui Uji Glejser Variabel

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-	3,072		-,424	,673
Store Atmosphere	1,301	,024	,105	1,028	,306
Kualitas Pelayanan	,025	,036	,108	1,061	,292

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber :SPSS 23.00 (2024)

Analisis pada Tabel 41 menunjukkan bahwa uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,292 lebih besar dari ambang batas standar variabel kualitas pelayanan sebesar 0,05. Begitu pula pada variabel *store atmosphere* diperoleh nilai Sig sebesar 0,306 juga melebihi ambang batas 0,05. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas digunakan untuk menentukan apakah model regresi menemukan kolerasi antara variabel independen, yaitu *store atmosphere* dan kualitas pelayanan. Dalam model regresi kualitas pelayanan, tidak harus ada hubungan antar variabel independen, atau tidak ada multikoleniaritas. Pengujian ini menggunakan diagnosis collinear yang dapat dilakukan dengan SPSS versi 23.00.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	31,531	5,616		5,614	,000		
Store Atmosphere	-,079	,044	-,165	-1,796	,076	,999	1,001
Kualitas Pelayanan	,293	,065	,415	4,503	,000	,999	1,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

PENGUJIAN HIPOTESIS

Berdasarkan hasil analisis uji regresi linier berganda. Dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 43. Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.452 ^a	,204	,187	3,816

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere

Menurut tabel 43, yang memiliki nilai Adjusted R Square sebesar 0,187.. Terdapat variansi sekitar 18,7% pada *store atmosphere* (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y), Di sisi lain, faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini 81,3%. Tabel regresi linier berganda berikut menunjukkan hasilnya:

Tabel 44. Analisis Regresi Linear Berganda

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	351,435	2	175,718	12,070	.000 ^b
Residual	1368,503	94	14,559		
Total	1719,938	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere

Berdasarkan data analisis regresi linier pada tabel 44 diketahui nilai F hitung sebesar 12,070 dan ditemukan tingkat signifikansi sebesar 0,000 kurang dari ambang batas baku yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* (X1) maupun kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Koefisien regresi antara *store atmosphere* (X1) dan kualitas pelayanan (X2) pada variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 45. Koefisien Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	31,531	5,616		5,614	,000
Store Atmosphere	-,079	,044	-,165	-1,796	,076
Kualitas Pelayanan	,293	,065	,415	4,503	,000

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2$$

$$Y = 31.531 + -079 X_1 + 0.293X_2$$

Berdasarkan tabel 45 di atas, variabel *store atmosphere* (X1) memiliki beta atau koefisien standar sebesar -165 dengan T hitung (-1,796) dan signifikansi 0,076 > 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel *store atmsphere* (X1) tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), yang mengakibatkan H1 ditolak.

Hipotesis penelitian mengenai kualitas pelayanan (X2) mempunyai koefisien terstandarisasi sebesar 0,415, T hitung sebesar 4,503, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dengan konsumen. kepuasan (Y). Dengan kata lain, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka kemungkinan besar konsumen akan semakin puas.

PEMBAHASAN

1. *Store Atmosphere* (X1)

Berdasarkan hasil penelitian dari 97 orang sampel, maka variabel *store atmosphere* diperoleh 4,08% dengan kategori baik. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil *store atmosphere* di KFC Purus Veteran Kota Padang termasuk dalam kategori baik, baik artinya KFC Purus Veteran Kota Padang mampu memenuhi kebutuhan konsumen atas kenyamanan yang diberikan. Penelitian ini terdapat indikator terendah yaitu indikator store layout dengan nilai 3,90 %, untuk itu KFC Purus Veteran harus memperhatikan kembali alokasi ruangan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, memberikan papan menu yang dilengkapi harga dan memberikan petunjuk ruangan agar mempermudah konsumen menuju arah yang dituju. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rofa dan Dwiyanto (2016:78), terungkap bahwa *store atmosphere* yang dirancang dengan baik memiliki kemampuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, sehingga mengarah pada peningkatan tingkat kenyamanan dan kepuasan. Temuan ini semakin didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Heryati (2015:25) yang menunjukkan bahwa suasana suatu toko mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif. Studi-studi ini menyoroti pentingnya menciptakan *store atmosphere* yang menyenangkan dan mengundang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan, yang pada akhirnya mengarah pada tingkat kepuasan dan loyalitas yang lebih tinggi. Dengan kata lain, semakin baik *store atmosphere* yang dirancang perusahaan, semakin tinggi kepuasan konsumen.

2. Kualitas pelayanan (X2)

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki kategori cukup dengan persentase 3,49% karena hampir setiap indikator

memiliki kategori cukup. Cukup dalam artian KFC Purus Veteran belum mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai yang diharapkan oleh konsumen. Sesuai dengan nilai indikator terendah yaitu indikator bukti fisik dengan score 3,32%, KFC Purus Veteran bisa lebih memperhatikan kembali mengenai penampilan karyawan yang kurang rapi, menggunakan peralatan kerja yang bersih, dan menyediakan fasilitas parkir yang luas serta menyediakan fasilitas mushola. Kualitas pelayanan yang baik menurut Arianto (2018:83) berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan konsumen..

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dari 97 orang sampel, maka variabel kepuasan konsumen diperoleh 3,68% dengan kategori baik. Artinya, KFC Purus Veteran sudah sesuai yang diharapkan oleh konsumen. Namun KFC Purus Veteran harus lebih meningkatkan kepuasan yang diberikan kepada konsumen agar konsumen bersedia untuk merekomendasikan KFC Purus Veteran kepada yang lain. Menurut Priharto (2020) kepuasan konsumen adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Tak hanya itu menurut Kasmir (2016:236) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan atas penggunaan barang dan jasa kemudian dibandingkan sebelum penggunaannya.

4. Pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan dan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan penelitian ini diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,187, artinya pengaruh variable *store atmosphere* (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebanyak 18,7% sedangkan 81,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Dan diperoleh nilai F hitung 12.070 dengan sig. $0,000 < 0,05$, artinya variable *store atmosphere* (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), dengan demikian H3 diterima dalam penelitian ini. Selanjutnya untuk mengetahui besar koefisien regresi antara variabel *store atmosphere* (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Nilai toleransi sebesar $0,999 > 0,10$ untuk variabel *store atmosphere* dan $0,999 > 0,10$ untuk variabel kualitas pelayanan, serta nilai VIF sebesar $1,001 < 10$ untuk kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa model

regresi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui *store atmosphere* dan kualitas pelayanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Soebandhi et al., 2020) yang menunjukkan bahwa *store atmosphere* yang positif dan kualitas pelayanan yang tinggi berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

5. Pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen KFC Purus Veteran Kota Padang hanya sebesar 3,3% yang dapat disebabkan oleh faktor *store atmosphere* (X1), dan sisanya sebesar 96,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti. Selanjutnya nilai F hitung sebesar 3,211 dengan nilai signifikansi 0,076 lebih besar dari ambang batas yang berlaku umum yaitu 0,05 menunjukkan bahwa *store atmosphere* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Rijali dan Rahmawati (2022) yang menunjukkan bahwa *store atmosphere* tidak berperan signifikan dalam menentukan kepuasan konsumen. Kesimpulannya dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* di KFC Purus Veteran Kota Padang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen..

6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan variansi sebesar 17,7%. Sisanya, sebesar 82,3%, disebabkan oleh faktor-faktor lain yang belum diteliti. Selain itu, nilai F hitung sebesar 20,434 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Octaviani (2013) dan Erfiana (2014) juga menunjukkan adanya hubungan positif serupa antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Dalam konteks KFC Purus Veteran Kota Padang, terlihat bahwa kepuasan konsumen memang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Konsistensi antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya semakin mendukung gagasan tersebut..

5.KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan KFC Purus Veteran Kota Padang sangat memengaruhi kepuasan konsumen. Namun, penelitian

regresi menunjukkan bahwa *store atmosphere* tidak mempengaruhi kepuasan konsumen meskipun kualitas layanan memiliki dampak besar dan positif. Disarankan agar manajemen terus meningkatkan komponen tersebut. Temuan penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih banyak kepada akademisi tentang bagaimana orang belajar. Untuk pemahaman yang lebih komprehensif, penelitian selanjutnya mungkin dapat dilakukan dengan berbagai objek.

DAFTAR REFERENSI

- Afiah, L. N., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee di Masa Pandemi. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(2), 709-725.
- Andreas, C., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Berman, Barry, Joel R. Evans, dan Patrili Chatterjee. 2018., Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Chotimah, N., & Auliya, Z. F. (2018). Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Wedang Ijo Makam Haji. *Dk*, 53(9), 1689-1699.
- Finistyawan, Y. K., & Bessie, J. L. (2020). pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan travel di kabupaten malaka (Studi Pada Travel Betun Mandiri Expres). *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 12(2), 149-165.
- Makadina, F. D. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Serta Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Konsumen Elzatta* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Molle, M. A., Mandey, S. L., & Kojo, C. (2019). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada royal's resto and function hall di Kota Ternate. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).
- Nasution, R. H., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2), 165-177.
- Putra, I. M. B. P., & Wimba, I. G. A. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pizza Hut Cabang Gatot Subroto Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2), 744-756.
- Rahayu, W. (2022). *Penerapan Service Excellent Oleh Customer Service Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Unit Imbanagara, Ciamis* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Wardhana, M. A., Maryatin, M., & Prihantono, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Waktu Tunggu Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Pada Penggunaan Fitur Bca M-Banking. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 4(1), 16-21.