

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Meminum kopi sudah menjadi kebiasaan masyarakat sejak zaman dahulu, sebab Indonesia merupakan salah satu penghasil biji kopi terbaik di dunia. Subsektor perkebunan di Indonesia merupakan salah satu yang mempunyai banyak potensi besar. Data Statistik kopi dari Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2022 menunjukkan subsektor perkebunan menyumbang 3,76% (Produk Domestik Bruto) PDB negara dan 30,32% sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan atau menduduki peringkat pertama sektor ini. Subsektor ini menyerap tenaga kerja, menghasilkan devisa, dan memasok bahan baku ke sektor industri.

Salah satu hasil perkebunan yang berperan penting bagi kegiatan perekonomian Indonesia adalah kopi. Kopi merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Selain minyak dan gas, ekspor penting lainnya adalah kopi, yang banyak menghasilkan devisa negara. Pasar kopi dalam negeri masih cukup besar dan pemasok kopi ke cafe biasanya mendapatkan kopi mereka dari Indonesia. Dilihat dari volume produksinya, menurut data dari Databoks Indonesia volume produksi kopi Indonesia tahun 2023 berada pada posisi ketiga di dunia. Produksi kopi di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, dan sebagian besar kopi negara ini berasal dari wilayah Sumatera. Tabel di bawah ini menunjukkan provinsi mana saja yang menghasilkan kopi terbanyak di Indonesia pada tahun 2023.

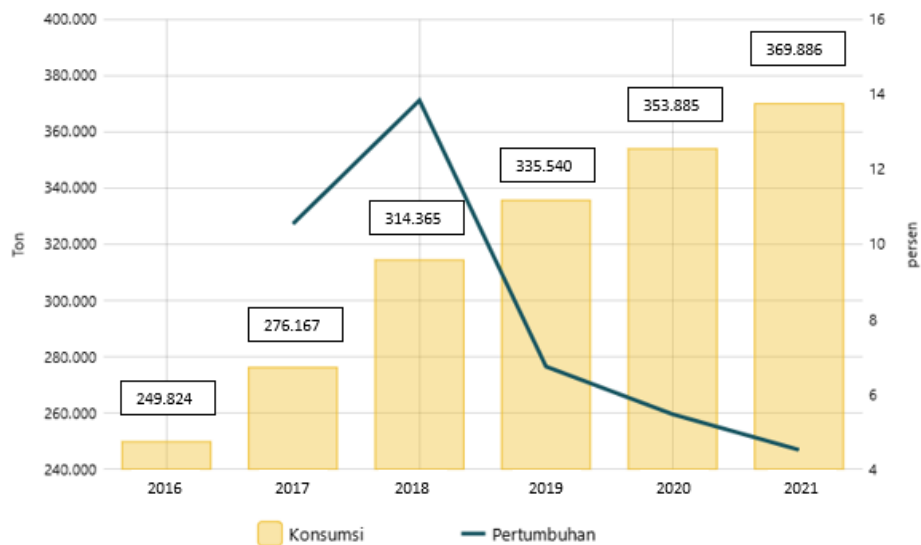
**Tabel 1 Top 10 Provinsi Kopi Indonesia**

No	Nama Provinsi	Nilai (ribu ton)
1	Sumatera Selatan	198
2	Lampung	108,1
3	Sumatera Utara	87,9
4	Aceh	71,1
5	Bengkulu	55
6	Jawa Timur	48,1
7	Sulawesi Selatan	27,5
8	Jawa Tengah	26
9	Nusa Tenggara Timur	25,1
10	Sumatera Barat	23

Sumber: Badan Pusat Statistik 2023

Laporan Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2023 menyebutkan bahwa produksi kopi nasional pada tahun 2023 sebesar 760,2 ribu ton, turun 1,9% dari tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Provinsi di Pulau Sumatera merupakan penghasil kopi terbesar di Indonesia, dengan produksi sebesar 198 ribu ton pada provinsi Sumatera Selatan, ini merupakan provinsi penghasil kopi terbesar di Indonesia tahun 2023. Disusul pada posisi kedua hingga kelima masih dari Pulau Sumatera yakni dari provinsi Lampung, Sumatera Utara, Aceh dan Bengkulu. Selanjutnya Sumatera Barat juga merupakan provinsi yang menduduki peringkat kesepuluh diantara provinsi penghasil kopi terbanyak pada tahun 2023.

Pertumbuhan volume produksi kopi di Indonesia berbanding lurus dengan permintaan kopi lokal saat ini, banyak pengusaha yang memanfaatkan kesempatan ini menjadi peluang usaha dengan membuka usaha *Coffee Shop*. Konsumsi kopi kini sudah menjadi gaya hidup baru dikalangan masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda. Setiap tahunnya, jumlah konsumsi kopi nasional mengalami peningkatan, data ini menurut Kementerian Pertanian tahun 2021, peningkatan konsumsi kopi tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 1 Konsumsi Kopi Indonesia dari Tahun 2016 - 2021**

Sumber: Kementerian Pertanian 2021

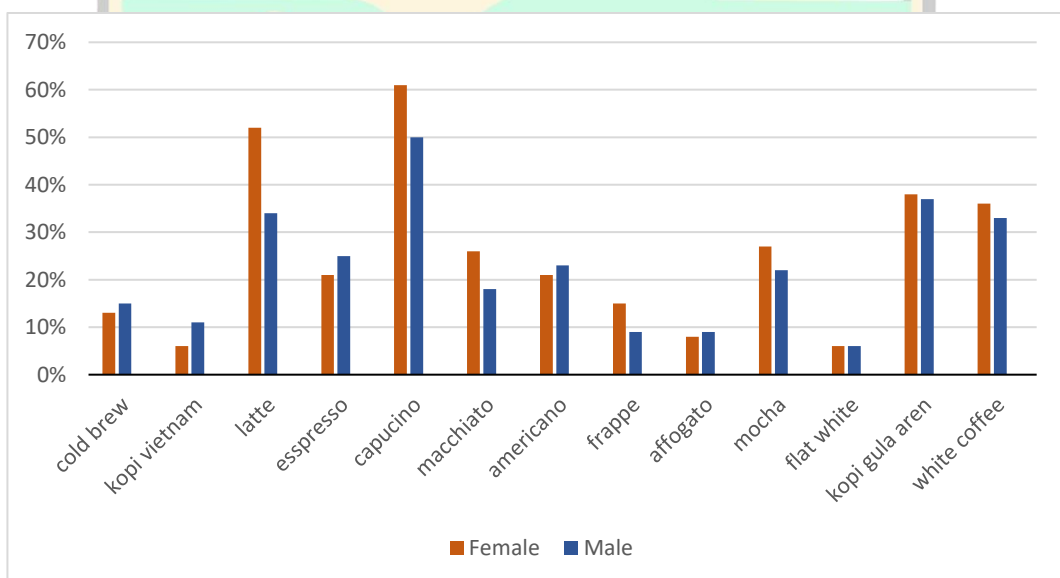
Pada Gambar 1 data menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pertanian dari tahun 2016-2021 menunjukkan bahwa konsumsi kopi Indonesia meningkat dari setiap tahunnya. Jumlah konsumsi kopi nasional mencapai angka 370 ton pada tahun 2021. Prospek usaha yang menarik pun tercipta, khususnya industri *coffee shop* dimana kopi disajikan secara modern. Saat ini *coffee shop*

menawarkan ruang yang nyaman kepada setiap pelanggannya selain kopi dengan citra rasa yang unik.

Pengolahan dalam mengolah kopi semakin meningkat seiring dengan meningkatnya konsumsi kopi masyarakat Indonesia, terbukti dengan tumbuhnya kedai kopi yang menyediakan beragam pilihan kopi atau fasilitas yang menarik pengunjungnya. Berdasarkan informasi dari Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI), diproyeksikan pada tahun 2023 akan terdapat 10.000 *coffee shop* di Indonesia dengan total penjualan diperkirakan mencapai 80 triliun. Banyak generasi muda yang menjadi penikmat kopi dadakan karena maraknya *coffee shop* akhir-akhir ini, *coffee shop* masa kini menawarkan pengalaman yang baru dan konsep yang menarik kepada para pelanggannya melalui konsep inovatif mereka (Aryani et al., 2022).

Perubahan dan kemajuan yang dialami masyarakat seakan tidak ada batasnya, meminum kopi menjadi bagian dari gaya hidup dan menjelma menjadi budaya Indonesia. Kopi tidak lagi diposisikan sebagai sekedar minuman, kini kopi memosisikan dirinya sebagai tradisi serta gaya hidup masyarakat modern. *Coffee shop* saat ini harus mampu mewujudkan ekspektasi di konsumen untuk memberikan kepuasan mereka saat berkunjung. Pecinta kopi rela membayar berapapun untuk menikmati kopi dalam suasana yang nyaman dan rasa yang enak. Hal ini memaksa para pemilik bisnis bersaing dengan memunculkan ide-ide baru, seperti memberikan pengalaman yang baik kepada penikmat kopi. Saat ini, kopi tidak hanya populer dikalangan pria, tetapi juga di kalangan anak muda terutama wanita, mereka rela menghabiskan waktu mereka di cafe sebagai gaya hidup.

Ketertarikan gaya hidup yang suka nongkrong di cafe saat ini semata-mata tidak hanya membicarakan hal yang tidak penting, dalam satu dekade terakhir ini, kopi telah berkembang menjadi gaya hidup banyak orang (Gramanda & Malisan, 2021). Alhasil *coffee shop* atau cafe selalu menjadi tempat favorit bukan hanya berkumpul bersama sahabat, kehadiran *coffee shop* menjadi titik temu banyak orang mengerjakan diskusi, kajian maupun rapat. Beberapa alasan lainnya dapat menghilangkan rasa bosan dari kegiatan sehari-hari. Selain itu *coffee shop* juga menawarkan berbagai varian menu yang dapat memanjakan pengunjung yang datang, *coffee shop* menawarkan berbagai varian menu, dimulai dari varian kopi hingga minuman *non coffee*. Saat ini trend konsumsi kopi di Indonesia beraneka ragam, tak hanya laki-laki tetapi perempuan juga menyukai menu kopi dengan tambahan susu atau varian rasa yang berbeda, gambar dibawah ini menunjukkan tren kopi konsumsi di Indonesia.



**Gambar 2 Tren Konsumsi Kopi Indonesia tahun 2023**

Sumber: Snapcart.Global (2023)

Dilansir data dari Snapcart.Global (2023) terkait persentase konsumsi kopi pada tahun 2023 dan mengenai jenis kopi yang kerap diminum masyarakat Indonesia, konsumen wanita lebih menyukai varian jenis kopi yang manis seperti Latte dengan persentase 52%, lalu Cappucino sebesar 61%. Berbeda dengan tren konsumsi laki-laki lebih menyukai jenis kopi pahit seperti cold brew dengan persentase 15%, lalu kopi vietnam sebesar 11% dan jenis kopi americano dengan persentase 23%. Menariknya jenis kopi espresso dengan memiliki rasa kopi yang *strong* yang disukai oleh konsumen wanita dengan persentase 21% dan persentase konsumen laki-laki sebesar 23%.

Perkembangan teknologi dan gaya hidup tersebut ditangkap oleh masyarakat di Sumatera Barat, khususnya di Kota Padang. Terdapat beberapa *coffee shop* yang menjadi pilihan untuk dikunjungi, karena maraknya *coffee shop* membuat pemilik bisnis melakukan upaya untuk memenuhi kebutuhan, dan keinginan pelanggan untuk mengembangkan ide-ide baru yang membedakan mereka dari usaha sejenisnya (Utomo & Maskur, 2022). Karena ketatnya persaingan industri kedai kopi di Kota Padang saat ini, bisnis yang berani berinovasi dan menonjol akan lebih sejahtera dibandingkan bisnis biasa-biasa saja.

Minum kopi yang saat ini menjadi tren dan sangat populer ini membuat pelaku bisnis memanfaatkan kesempatan ini menjadi peluang bisnis menciptakan kedai-kedai kopi yang menarik biasanya dilengkapi dengan fasilitas WIFI, tema *coffee shop* yang unik untuk menarik konsumennya. Banyaknya *coffee shop* di Kota Padang membuat masyarakat ingin menikmati berbagai kopi dengan berbagai cara pengolahan dan suasana yang nyaman. *Coffee shop* juga memiliki potensi pasar

bagi generasi milenial, karena generasi milenial memiliki kecenderungan yang kuat dalam mengonsumsi kopi, saat sekarang ini kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan. Beberapa tahun terakhir pertumbuhan *coffee shop* di Kota Padang semakin menjamur, seiring dengan meningkatnya persaingan, konsumen memiliki banyak pilihan dalam menentukan tempat nongkrong atau menikmati kopi. Berikut adalah daftar *coffee shop* yang ada di Kota Padang.

**Tabel 2 Nama - Nama *Coffee Shop* di Kota Padang Mei 2024**

No	Nama Coffe Shop	Operasional	Jam Operasi
1.	Parewa Coffee	Setiap hari	08.00 – 03.00
2.	Hanghouse Cafe	Setiap hari	10.00 – 02.00
3.	Jiwani Coffee	Setiap hari	08.00 – 22.00
4.	Sasana Kopi	Setiap hari	09.00 – 23.00
5.	Musi Coffee Eatry	Setiap hari	08.00 – 23.00
6.	Kamtumi Coffee	Setiap hari	10.00 – 23.00
7.	Cafe Merjer	Setiap hari	08.00 – 22.00
8.	Dua Pintu Coffee	Setiap hari	09.00 – 23.00
9.	Rumah Depan Coffe	Setiap hari	08.00 – 23.00
10.	The Blue Bar39	Setiap hari	08.00 – 21.00

Sumber: Hasil Observasi Lapangan (2024)

Tabel 2 menggambarkan banyaknya *coffee shop* yang tersedia di Kota Padang. Setiap *coffee shop* buka setiap hari dan memiliki jam operasional yang hampir sama. Selain itu, *coffee shop* menawarkan ruang yang nyaman dan produk-produk sesuai selera konsumen, hal ini menyebabkan konsumen akan selalu berkunjung ke tempat yang menurut dia menjadi pilihan terbaik untuk menikmati kopi ataupun belajar hingga bekerja, karena pada saat ini *coffee shop* menjadi

tempat untuk berkumpulnya orang-orang dengan melakukan kegiatannya, salah satu *coffee shop* yang sering dikunjungi dan tempatnya yang nyaman yakni Hanghouse Cafe.

Hanghouse merupakan *coffee shop* hits dikalangan anak muda yang berlokasi di Jln.Hanguah No. 207 Kota Padang. Hanghouse sendiri memberikan kenyamanan dalam hal meja, kursi ataupun pencahayaan serta ada alunan musik yang *easy listening* yang menebar damai dan hangat, ada juga fasilitas internet yang dapat diakses oleh setiap pengunjungnya. Selain konsep tempat yang nyaman daya tarik dari Hanghouse cafe ini ialah berdampingan dengan studio foto, ini menjadikan tempat *coffee shop* ini banyak diminati oleh masyarakat, selain bisa nongkrong, bisa juga memanfaatkan mengabadikan moment dengan berfoto ria di studio fotonya.



**Gambar 3 Spot Book Hanghouse Cafe**

Sumber: Instragram Hanghouse Cafe



Fenomena *coffee shop* bukan saja di Kota Padang saja namun banyak kota lainnya, tidak heran saat ini *coffee shop* menjadi tren baru di kalangan masyarakat. Apalagi saat ini *coffee shop* tidak hanya dinikmati laki-laki saja tetapi juga dinikmati wanita yang menyukai nongkrong di *coffee shop*. Fenomena bergesarnya fungsi *coffee shop* yang kini tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga menjual gaya hidup yang digemari oleh kaum muda, dari fenomena tersebut banyak anak muda yang akhirnya merubah pola hidup serta penampilan agar dapat menyesuaikan diri dengan orang lain. Saat ini anak muda memilih menghabiskan waktu selama berjam-jam untuk nongkrong, ini menyebabkan perubahan gaya hidup zaman sekarang.

Berdasarkan hasil pra *survey* yang dilakukan peneliti kepada pengunjung Hanghouse cafe diketahui bahwa 4 dari 5 responden mengetahui *coffee shop* Hanghouse cafe karena di rekomendasikan oleh teman, selanjutnya apakah mengunjungi *coffee shop* merupakan kebiasaan yang kerap dilakukan 5 dari 5 atau semuanya responden menjawab “ya” sering mengunjungi *coffee shop* tersebut karena mengerjakan skripsi. Lalu untuk pelayanan apakah karyawan Hanghouse selalu mengantarkan pesanan sesuai yang diminta 5 dari 5 responden menjawab “ya” karyawan tersebut selalu mengantarkan makanan dan minuman sesuai yang diminta. Untuk kenyamanan dan kebersihan cafe 5 dari 5 responden menjawab “ya” bersih dan nyaman. Pra *survei* melalui wawancara terhadap pengunjung mengenai pendapat pengunjung tentang kepuasan pelanggan, mengenai minat berkunjung kembali dan bersedia merekomendasikannya ke teman 5 dari 5 responden menjawab “ya” akan berkunjung kembali karena tempatnya yang nyaman, bersih,

makanan dan minumannya yang enak sehingga bisa merekomendasikannya ke orang lain.

Peneliti memilih Hanghouse cafe dibandingkan tempat lain seperti Cafe merjer, Sasana Coffee, Jiwani Coffee karena Hanghouse memiliki tema *coworking space* yang cocok untuk melakukan pekerjaan seperti nugas dan cafe yang nyaman untuk kerja, serta memiliki studio foto yang dapat menarik pengunjung. Menariknya sebuah *coffee shop* memberikan *spot book* bagi pengunjungnya untuk bisa membaca buku pada saat berkunjung. Selain itu Hanghouse Cafe juga menawarkan berbagai menu minuman dan makanan, mulai dari minuman *coffee* dan *non coffee*, hingga makanan cemilan dan makanan berat. Ini merupakan cara Hanghouse untuk dapat menarik pengunjungnya dengan tidak memfokuskan pada minuman *coffee* saja, sehingga orang-orang tidak menyukai varian *coffee* bisa memilih menu yang lain, dengan gaya hidup yang suka menghabiskan waktu di *coffee shop* para pengunjung bisa menikmati waktunya dengan nyaman. Banyaknya hal yang membuat tertarik konsumen dan banyak dikunjungi oleh anak-anak muda di Kota Padang dan menjadikan Hanghouse cafe menjadi salah tempat yang rekomendasi *coffee shop* yang menarik dikunjungi. Berikut daftar menu yang ditawarkan oleh Hanghouse Cafe.

<b>COFFEE BASED</b>		<b>HOT</b>	<b>ICED</b>	<b>BIG BITE</b>	
Espresso	17	-	-	Nasi Goreng Kampung	- 30
Doplo	20	-	-	Nasi Seafood	- 30
Americano	20	22	-	Nasi Ayam Geprek	- 30
Cafe Latte (Vanilla, Caramel) +6k	24	26	-	Nasi Sambal Terasi	- 30
Cappuccino	23	25	-	Nasi Ayam Rica Rica	- 30
Piccolo	23	-	-	Nasi Ayam Bakar Madu	- 30
Magic	25	-	-	Mie Ayam Hanghouse	- 25
Cafe Mocha	25	28	-	Mie Goreng Hanghouse	- 29
Caramel Macchiato	25	28	-	Mie Kuah Special Hanghouse	- 29
Cold Brew	-	23	-	Bihun Special Hanghouse	- 25
Filter Coffee	25	25	-	Nasi Daun Jeruk	- 28
Vietnam Drip	23	25	-	Nasi Gila Hanghouse	- 30
Affogato	-	25	-	Nasi Kulit Sambal Geprek	- 30
Avocado Espresso	-	30	-		
Kopi Susu Pandan	-	30	-	<b>RICE BOWL</b>	
Kopi Susu Keju	-	28	-	Gyudon	- 36
Kopi Susu Arabica	-	28	-	Ayam Sambal Matah	- 36
Kopi Susu Hang (with OATMILK) +7	-	25	-	Dori Sambal Matah	- 36
Butterscotch Latte Sea Salt	-	28	-	Chicken Katsu with Curry	- 36
				Chicken Black Pepper	- 36
<b>OUR SIGNATURE</b>					
Like a Whiskey	-	28	-	<b>PIZZA</b>	
Strawberry Punch	-	28	-	Meat Lovers Pizza	- 45
Frozen Pineapple	-	28	-	Hanghouse Cheese Pizza	- 45
Yoursberry	-	28	-	Chicken Cheese Pizza	- 45
Peace Pear	-	28	-		
Espresso Cookies	-	35	-	<b>PASTA</b>	
				Spaghetti Aglio Olio	- 33
<b>TEA</b>				Spaghetti Bolognese	- 33
Iced Tea (Lychee, Lemon, Peach, Jasmine)	-	28	-	Spaghetti Creamy Mushroom	- 33
Thai Tea	22	24	-		
Thai Green Tea	22	24	-	<b>LIGHT BITES</b>	
London Fog	22	25	-	Churros	- 23
Tea by Dilmah	22	-	-	Churros Filling	- 25
				Nachos	- 26
<b>MOCKTAIL/MOJITO</b>				Cheese Fries	- 27
Strawberry Mojito	-	28	-	French Fries	- 20
Lychee Mojito	-	28	-	Chicken Popcorn	- 28
Harum Manis Mojito	-	28	-	Chicken Skin	- 25
Sparkling Waterlime	-	26	-	Mix Platter	- 30
Passion Purple	-	28	-	Quesadilla	- 30
Espresso Martini	-	33	-	Risoles	- 17
Espresso Lemonade	-	30	-	Nutella cheese	- 28
Soda Gembira	-	28	-		
<b>NON COFFEE</b>					
Choco Delight	23	28	-		
Red Velvet	23	28	-		
Creamy Matcha	23	28	-		
Creamy Taro	23	28	-		
Creamy Orange	-	28	-		
Black Charcoal	23	28	-		
Vanilla Manggo	-	28	-		
Cookies and Cream	-	30	-		
Regal Butterscotch	-	28	-		
Strawberry Smoothies	-	30	-		
Lychee Yakult	-	26	-		
Manggo Yakult	-	26	-		
				<b>OPERATION HOUR :</b>	
				<b>OPEN DAILY : 10.00 AM - 02.00 AM</b>	
				hang	

**Gambar 4 Daftar Menu Hanghouse Cafe**

Sumber: Hanghouse Cafe

Hanghouse cafe yang masih tergolong pendatang baru diantara *coffee shop* yang lainnya di Kota Padang, tetapi Hanghouse sudah menjadi pilihan cafe oleh konsumennya dan menjadi *coffee shop* yang ramai dikunjungi. Oleh sebab itu, pengelola Hanghouse terus melakukan peningkatan penjualannya dengan cara menarik konsumennya melalui daya tarik *store atmosphere* dan kualitas pelayanannya dan selanjutnya memahami gaya hidup pelanggannya lalu meningkatkan kenyamanan bagi setiap pengunjung Hanghouse Cafe.

Masyarakat yang saat ini senang mengunjungi *coffee shop* yang merupakan salah satu gaya hidup dapat mempengaruhi seseorang untuk menentukan kepuasan konsumen. Istilah "gaya hidup" mengacu pada serangkaian aktivitas luas yang dilakukan konsumen terkait dengan produk yang mereka beli

atau ingin gunakan, serta cara mereka menghabiskan waktu senggang (aktivitas). Hal ini juga mencakup produk apa saja yang dapat menarik perhatian konsumen guna memuaskan kebutuhan dan preferensinya (minat), serta luasnya pemahaman dan tanggapan konsumen terhadap produk, baik secara lokal maupun global (opini) (Hardiansyah & Suryani, 2024).

Salah satu hal yang mempengaruhi loyalitas dan kepuasan konsumen adalah gaya hidup masyarakat itu sendiri (Irnawati, 2023). Pola konsumsi seseorang, yang mencakup cara mereka menggunakan waktu dan uang, serta sikap dan nilai yang dijunjungnya saat mengambil keputusan. Ketertarikan generasi muda terhadap ngopi di *coffee shop* saat ini mengakibatkan perlunya gaya hidup terhadap ruang khususnya di *coffee shop*.

Selain gaya hidup, faktor penentu yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas dari pelayanan adalah hal yang penting untuk dipertimbangkan. Dalam pandangan pelanggan, kualitas layanan memainkan peran kunci dalam meningkatkan nilai perusahaan. Akibatnya, banyak bisnis yang menjadikan pemberian layanan terbaik sebagai standar perusahaan (Nasrul Efendi et al., 2023). Ukuran kualitas pelayanan adalah perbedaan antara tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan konsumen (Bakti et al., 2020).

Jika suatu perusahaan menawarkan pelayanan yang baik, maka perusahaan tersebut dapat bertahan dalam bisnisnya dan bersaing dengan perusahaan lain. Kualitas layanan harus dipertimbangkan secara hati-hati karena berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan dan kemampuan perusahaan untuk bersaing berdasarkan keuntungan. Mempunyai pelayanan yang baik harus dimiliki oleh setiap usaha untuk tetap mempertahankan pelanggan dan dapat memberikan kesan pertama yang baik, hal ini sudah diterapkan pada pelayan di *coffee shop*, baik yang baru berdiri atau baru merambah dunia bisnis *coffee shop*. Setelah puas dengan pelayanannya, pelanggan akan memberikan ulasan bagus dan memberi tahu orang dan akan merekomendasikan tentang layanan tersebut.

Dari semakin banyaknya *coffee shop* dan *cafe* saat ini yang bermunculan membuat persaingan yang semakin ketat, suasana *cafe* atau *store atmosphere* disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan memiliki daya tarik untuk pembeli. *Store atmosphere* merupakan komponen penting dari sebuah toko atau kafe dan dapat memberikan efek sensorik yang dominan yang tercipta dari sebuah desain toko atau kafe, sehingga sebuah kafe harus membentuk atmosfer terencana yang sesuai dengan target pasarnya dan dapat menarik minat konsumen untuk membeli di toko tersebut (Effendy, 2019). Atmosfer tercipta karena adanya kombinasi antara elemen desain toko, perencanaan toko, komunikasi visual dan merchandising (Utomo & Maskur, 2022). Keadaan emosi pelanggan dipengaruhi oleh suasana kafe, yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian, keadaan emosional seperti kegembiraan dapat membangkitkan keinginan (Nasrul Efendi et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan Hanghouse Cafe Padang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan Hanghouse Cafe Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hanghouse Cafe Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan Hanghouse Cafe Kota Padang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menyimpulkan Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Hanghouse Cafe dengan cara mengunjungi tempat Hanghouse Cafe dan membuat kesimpulan apa apa saja faktor yang mempengaruhinya.

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan Hanghouse Cafe Kota Padang
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hanghouse Cafe Kota Padang
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan Hanghouse Cafe Kota Padang

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan dalam upaya untuk memajukan pengetahuan yang berpotensi memajukan pemahaman kita tentang manajemen secara nyata. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, menghasilkan wawasan baru, dan bermanfaat dalam mendukung pendapat teoritis mengenai pengaruh dari sejumlah variabel yang di teliti pada konsumen Hanghouse Cafe Padang.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi media pembelajaran untuk mengetahui perilaku belanja dari konsumen khususnya konsumen Hanghouse Cafe. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk para pelaku usaha *Coffee Shop* di kota Padang.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah maka perlu diberikan batasan atau ruang lingkup penelitian. Pada penelitian ini ditujukan kepada konsumen Hanghouse Cafe yang berada di Kota Padang dengan fokus penelitian mengukur variabel Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Hanghouse Cafe Padang.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk penelitian secara menyeluruh, penelitian ini terdiri atas lima bab yang tersusun secara sistematis sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini memuat Latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, keterbatasan masalah, dan sistematika penulisan akan dibahas dan dijelaskan. Hal-hal dan kejadian-kejadian yang terjadi saat ini dijelaskan sebagai latar belakang, sehingga mengarahkan peneliti untuk mengangkat permasalahan kesulitan penelitian ini. Terdapat permasalahan dalam rumusan masalah yang akan dijelaskan pada bab IV dan V. Dengan demikian, penelitian ini dapat memajukan bidang ilmu manajemen.



## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Pada Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan serta manfaat dan sistematika penulisan.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan menjelaskan tentang jenis penelitian, sampel dan objek penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data.

## **BAB IV: PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas tentang permasalahan yang diuraikan dari hasil studi yang dilaksanakan serta melibatkan pengumpulan dan analisis data.

## **BAB V: Penutup**

Bab ini merupakan bagian penutup, penulis menyampaikan kesimpulan dan rekomendasi dari penelitian yang telah dilakukan. Mereka juga berharap temuan ini akan bermanfaat bagi penelitian di bidang manajemen dan penelitian terkait lainnya.

