

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus *Cafe Lucy's* Kota Padang)

SKRIPSI



OLEH

**AFZOL RIZKY MAULANA MULIA
2110011211068**

DOSEN PEMBIMBING : MERY TRIANITA, SE.,MM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG**

TAHUN AKADEMIK GANJIL 2024/2025

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

**Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen
(Studi Kasus *Cafe Lucy's* Kota Padang)**

Nama : Afzol Rizky Maulana Mulia

NPM : 2110011211068

Tim Penguji

Ketua



(Mery Trianita, S.E.,MM)

Sekretaris



(Wiry Utami, S.E.,M.Sc)

Anggota



(Linda Wati, S.E., M.Si.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 09 september 2025

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

Dekan



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si.)

**Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen
(Studi Kasus Pada *Cafe Lucy's* Kota Padang)**

Afzol Rizky Maulana Mulia¹ Mery Trianita²

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email: afzolmaulana@gmail.com ; merytrianita@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Cafe Lucy's* Kota Padang. Latar belakang dalam penelitian ini yaitu beragamnya pandangan konsumen. Sebagian pelanggan merasa tidak puas karena kebersihan makanan tidak terjaga (misalnya ada rambut atau tahu basi), pelayanan yang lambat terutama saat berbuka puasa, ketidakjelasan reservasi ruang pertemuan, serta ketidaknyamanan ruangan karena area ber-AC dipakai untuk merokok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Data diperoleh dari 80 responden yang memiliki yang berusia 17 tahun ke atas dan pernah mengunjungi *Cafe Lucy's* Kota Padang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS 3.0. Analisis dilakukan melalui *Measurement Model Assessment* (MMA) yang meliputi pengujian *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Selanjutnya dilakukan analisis nilai *R-Square* dan *Structural Model Assessment* (SMA) yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan *store atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *Cafe Lucy's*.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan

The Influence of Store Atmosphere and Service Quality on Customer Satisfaction (Case Study at Lucy's Cafe in Padang City)

Afzol Rizky Maulana Mulia¹ Mery Trianita²

Department of Management, Faculty of Economics and Business,
Bung Hatta University

Email: afzolmaulana@gmail.com ; merytrianita@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to prove and analyze the influence of store atmosphere and service quality on customer satisfaction at Cafe Lucy's in Padang City. The background of this study is the diversity of consumer views. Some customers feel dissatisfied because food hygiene is not maintained (for example, there is hair or stale tofu), slow service especially during breaking the fast, unclear meeting room reservations, and room discomfort because the air-conditioned area is used for smoking. This study uses a quantitative method. The sampling technique in this study is purposive sampling. Data were obtained from 80 respondents aged 17 years and above who have visited Cafe Lucy's in Padang City. The data analysis technique in this study uses SmartPLS 3.0 software. The analysis was carried out through Measurement Model Assessment (MMA) which includes testing convergent validity, discriminant validity, and Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Furthermore, an analysis of the R-Square value and Structural Model Assessment (SMA) was used to test the research hypothesis. The results showed that store atmosphere and service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at Cafe Lucy's.

Keywords : Consumer Satisfaction, Store Atmosphere, and Service Quality

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1. Kajian Teori.....	10
2.1.1. Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.2. <i>Store Atmosphere</i>	14
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	17
2.2. Pengembangan Hipotesis.....	20
2.2.1. <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	20
2.2.2. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.3. Kerangka Konseptual.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2. Objek, Populasi, dan Sampel Penelitian.....	24
3.3. Jenis Data dan Sumber Data.....	25
3.4. Definisi Operasional.....	25
3.4.1. Kepuasan Konsumen.....	25
3.4.2. <i>Store Atmosphere</i>	25

3.4.3. Kualitas Pelayanan.....	26
3.5. Teknik Analisis Data.....	26
3.5.1. <i>Measurement Model Assessment</i>	26
3.5.2. Analisis Deskriptif.....	27
3.5.3. Analisis R-Square.....	29
3.5.4 <i>Structural Model Assessment</i>	29
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	30
4.1. Hasil Analisis.....	30
4.1.1. <i>Response Rate</i>	30
4.1.2. Profil Responden.....	30
4.2. Analisis Model <i>Measurement Model Assessment</i>	32
4.2.1. <i>Convergent Validity</i> (Validitas Konvergen).....	32
4.2.2. <i>Discriminant Validity</i> (Validitas Diskriminan).....	35
4.3. Analisis Deskriptif.....	38
4.3.1. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	39
4.3.2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i>	40
4.3.3. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	42
4.4. Analisis R Square.....	43
4.5. <i>Structural Model Asesment</i>	44
4.6. Pembahasan.....	46
4.6.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	46
4.6.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	47
BAB V PENUTUP.....	50
5.1. Kesimpulan.....	50
5.2. Implikasi Penelitian.....	50
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kondisi ekonomi Indonesia saat ini tergolong sulit, sehingga peluang kerja pun semakin terbatas. Banyak orang memilih untuk membuka usaha sendiri sebagai alternatif daripada menganggur. Menjalankan bisnis tidak hanya menjadi sumber penghasilan, tetapi juga memberikan pengalaman berharga. Di era globalisasi ini, perkembangan di berbagai bidang, termasuk bisnis, sangat pesat. Salah satu bidang yang banyak diminati adalah makanan dan minuman, yang kini mudah ditemui di berbagai penjuru Indonesia dengan beragam pilihan makanan yang ditawarkan.

Tren ini menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, terutama oleh para pelaku usaha muda yang kreatif dan inovatif. Kemudahan akses informasi dan teknologi juga mendukung pertumbuhan bisnis makanan dan minuman baik melalui pemasaran digital maupun layanan pemesanan online. Dengan strategi yang tepat, usaha makanan dan minuman tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan, tetapi juga berpeluang untuk berkembang secara signifikan dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian masyarakat.

Salah satu jenis usaha di sektor makanan dan minuman yang kini semakin diminati oleh masyarakat adalah kafe. Saat ini, kafe tidak lagi sekadar tempat untuk menyantap makanan dan minuman, melainkan juga berperan sebagai ruang untuk bersosialisasi, bekerja, hingga menikmati suasana yang berbeda. Daya tarik kafe terutama terletak pada konsep yang menarik, variasi menu yang beragam, serta

lingkungan yang nyaman, sehingga sangat digemari oleh kalangan anak muda (Dita Ayu Lestari et al., 2024).

Salah satu kafe yang diminat oleh konsumen di Kota Padang yaitu *cafe lucy's* yang menjadi satu-satunya kafe di kota tersebut dengan jam operasional selama 24 jam dan menyasar semua kalangan, mulai dari anak muda hingga orang tua. Kafe ini berlokasi di Jalan Raya Veteran, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang. *Cafe lucy's* merupakan hasil kolaborasi antara dua pegawai Pemerintah Kota Padang, Shinta dan Riri, yang menggabungkan kafe dan makanan dalam satu tempat usaha. Kafe ini menawarkan 35 jenis minuman, 40 menu makanan, dan 9 pilihan *snack*.. Menurut keterangan manajer *Cafe lucy's*, fasilitas yang disediakan pun cukup lengkap, mulai dari *smoking room*, *meeting room*, ruang salat, akses WiFi gratis, hingga area *indoor* dan *outdoor* yang nyaman. Menu andalan dari *Cafe lucy's* adalah nasi cumi mercon untuk makanan, dan *Signature* untuk minuman.

Fenomena ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan usaha kafe, tidak hanya kualitas produk yang menjadi perhatian utama, tetapi juga bagaimana menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen. Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberlangsungan dan kesuksesan sebuah bisnis, termasuk dalam industri makanan dan minuman. Konsumen yang merasa puas cenderung akan melakukan kunjungan ulang, memberikan ulasan positif, serta merekomendasikan kafe tersebut kepada orang lain (Nasution et al., 2025). Berikut data ulasan kunjungan konsumen *Cafe Lucy's* yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Ulasan *Cafe Lucy's* Kota Padang

No.	Ulasan
1.	Pengalaman berbuka di sini tidak seru di makanan ada rambut., tahu goreng tengik. Tomatnya ngga seger (mending ga usa d taro). Pesan paket tp sayurnya ngga d kasi. Yg parah lebih prioritasin yg d bungkus drpd yg d makan langsung pas buka. Pas azan baru d anterin makanannya (main course tanpa sayur itu) snacknya belakangan kan kek mana gitu. Rasa makanan biasa aja malahan quesadila(?) tipis bgt dan saosnya meh (saos sambel doang. 30k pula tu). Tahu parah si udh asem ngga kemakan, ngga d kasi potongan harga pula. Area merokok main roomnya.
2.	Kurang nyaman. Karena ruangan ber-AC tp laki2 di dalamnya pada ngrokok. Bikin sumpek. Makanan enak, cuma lama banget disajikan padahal pengunjung tidak terlalu ramai.
3.	pelayan nya lama, bukber disini sampai jam 8 makanan belum juga keluar, kalo ga siap buka gausah buka deh
4.	Udah booking ruang pertemuan 4 hari yg lalu tapi ga di keep, ga ada solusinya, konfirmasi kurang
5.	Pesan makanan untuk berdua tapi dikasih meja untuk deeptalk. 40x50cm.
6.	Selalu jadi tempat laptopan paling nyaman dan adem. Betah berjam2 dan menu2nya enak enak
7.	nyaman bgt nongky disini, makanannya juga enakk aku sukaa

Sumber: *Cafe Lucy's 2025*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dari beberapa ulasan para konsumen, saat mengunjungi *Cafe Lucy's* di Kota Padang menunjukkan beragam pandangan terkait mutu layanan dan kenyamanan yang diberikan. Sejumlah pelanggan merasa kurang puas, khususnya saat momen berbuka puasa. Mereka menyoroti masalah kebersihan makanan, seperti ditemukannya rambut, tahu yang basi, serta tomat yang tidak segar. Pelayanan juga dinilai belum optimal, dengan keluhan terkait keterlambatan penyajian makanan, ketidaksesuaian pesanan, serta kurangnya prioritas bagi pelanggan yang makan di tempat dibandingkan yang memesan untuk dibawa pulang. Beberapa pengunjung juga merasa terganggu karena ruangan ber-AC digunakan sebagai area merokok, sehingga menciptakan suasana yang pengap dan kurang nyaman. Selain itu, kurangnya koordinasi dalam pengelolaan reservasi ruang pertemuan turut menjadi catatan negatif dari konsumen.

Meski demikian, tidak semua ulasan bersifat buruk. Sebagian pelanggan justru menilai *Cafe Lucy's* sebagai tempat yang nyaman untuk bekerja dengan laptop, berlama-lama, atau sekadar bersantai karena suasananya yang sejuk dan mendukung. Menu makanan pun mendapat respon positif dari segi rasa dan variasi. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat kekurangan pada sisi layanan dan manajemen, *Cafe Lucy's* tetap memiliki daya tarik tersendiri di kalangan konsumen yang mengutamakan kenyamanan dan cita rasa. Artinya, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh langsung dalam meningkatkan kepuasan konsumen *Cafe Lucy's* di Kota Padang.

Cafe Lucy's menawarkan fasilitas lengkap seperti ruang *indoor-outdoor*, *smoking room*, dan area bermain PS, sebagian pelanggan mengeluhkan kebersihan yang kurang terjaga saat ramai, pencahayaan yang kurang optimal, serta musik yang terlalu keras pada waktu tertentu. Selain itu, perpaduan aroma makanan dan asap rokok di beberapa area menurunkan kenyamanan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa meski elemen *store atmosphere* telah diatur untuk menarik minat, ketidakkonsistenan dalam pengelolaannya justru dapat menimbulkan kesan negatif dan menurunkan kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini penulis melakukan survei awal tentang kepuasan konsumen kepada 30 responden yang merupakan konsumen *Cafe Lucy's* di Kota disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Pra Survei Kepuasan Konsumen *Cafe Lucy's* di Kota Padang

No	Pernyataan	Jawaban					Skor Total	Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Produk makanan dan minuman yang disajikan di <i>Cafe Lucy's</i> selalu memiliki kualitas rasa yang konsisten dan lezat.	3	9	12	2	4	85	2,83
2	Saya merasa dihargai dan diperhatikan sebagai pelanggan di <i>Cafe Lucy's</i> .	2	8	13	4	3	88	2,93
3	<i>Cafe Lucy's</i> menunjukkan inisiatif dalam menawarkan bantuan atau saran terkait pesanan saya.	5	12	10	2	1	72	2,4
4	Jika saya memiliki komplain atau masalah, staf <i>Cafe Lucy's</i> menangani dengan cepat dan efisien.	8	11	3	5	3	74	2,46
5	Staf <i>Cafe Lucy's</i> bekerja dengan cekatan dan efisien dalam melayani pesanan.	9	14	4	2	1	62	2,07
Rata-Rata Per Item		18 %	36 %	28 %	10 %	8%	381	100%
Rata- Rata								2,54
Tingkat Capaian Responden								50,8%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, diketahui fenomena kepuasan konsumen *Cafe Lucy's* di Kota Padang, dengan rata-rata skor keseluruhan dari lima indikator yang diukur adalah 2,54 dan Tingkat Capaian Responden (TCR), sebesar 50,8% . Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap *Cafe Lucy's* sebesar 50,8% tergolong rendah yang disebabkan oleh pelayanan yang kurang baik dan suasana yang kurang bagus.

Keberhasilan suatu bisnis atau sebuah usaha tidak terlepas dari usaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Nasution et al., (2025) kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi setelah pembelian, di mana pilihan yang diambil setidaknya memenuhi atau bahkan melampaui harapan. Sebaliknya, ketidakpuasan muncul ketika hasil yang diperoleh tidak sesuai ekspektasi. Dengan kata lain, baik kepuasan maupun ketidakpuasan dialami konsumen saat mereka membandingkan harapan yang dimiliki dengan hasil atau kinerja yang diterima. Mengacu pada

tingkat kesenangan atau kekecewaan yang dirasakan pelanggan terhadap produk, layanan, atau pengalaman yang mereka terima dari suatu perusahaan (Effendy et al., 2019). Kemudian Fadhillah & Nainggolan, (2024) mengatakan tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur melalui penilaian dan umpan balik pelanggan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui perasaan puas dan terpenuhi pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang telah diterima sesuai dengan ekspektasi mereka hal tersebut dapat amati lewat *review* yang diberikan oleh pelanggan.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya yaitu *store atmosphere* (Hanif et al., 2024). Menurut Nursalmah & Sahir (2025) *store atmosphere* merupakan desain lingkungan yang diciptakan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merangsang emosi dan persepsi pelanggan, sehingga dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli produk. *Store atmosphere* sangat penting untuk semua jenis bisnis karena berperan dalam menciptakan lingkungan yang nyaman sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Nasution et al., 2025). Hal ini mendorong konsumen untuk betah berlama-lama di dalam toko. Oleh karena itu, sebuah kedai kopi perlu merancang suasana yang tepat sesuai dengan tujuan dan target pasar mereka. Ini tidak hanya menarik minat pelanggan, tetapi juga memberikan kepuasan kepada mereka. Pelanggan tidak hanya mempertimbangkan produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga merasakan atmosfer yang diciptakan oleh kedai kopi tersebut (Barros, 2019).

Selain *store atmosphere* Sambara et al., (2021) juga mengemukakan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kepuasan konsumen dimana

kualitas pelayanan akan memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin hubungan yang menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Menurut Hanif et al., (2024) kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing Sucipto, (2024). Kualitas layanan yang ditawarkan perusahaan juga dapat menjadi kekuatan daya tarik bagi konsumen.

Cafe Lucy's memiliki beberapa permasalahan dalam hal kualitas pelayanan beberapa pelanggan mengeluhkan kondisi fisik kafe yang kurang terjaga, terutama saat jam sibuk, seperti kebersihan meja, peralatan makan, dan area makan yang terlihat kotor. *Cafe Lucy's* juga dinilai belum konsisten dalam menjaga kualitas rasa dan penyajian makanan. Ketidaksesuaian antara pesanan dan makanan yang disajikan, serta keterlambatan dalam proses penyajian saat kafe dalam keadaan ramai, menjadi sorotan negatif dari pengunjung. Selain itu, dalam situasi ramai, pelanggan merasa kurang diperhatikan karena harus menunggu terlalu lama untuk dilayani. Kurangnya pemahaman staf terhadap menu dan ketidaksiapan dalam menangani keluhan atau pertanyaan dari pelanggan turut menimbulkan kesan bahwa pelayanan yang diberikan belum profesional dan belum mampu memberikan rasa percaya serta jaminan kepuasan bagi konsumen.

Penelitian ini memodifikasi penelitian dari Sitilonga & Saputra (2025), dimana dalam penelitiannya yang menjadi variabel independen yaitu variasi produk

dan kualitas pelayanan, hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian ini penulis memodifikasi variabel variasi produk menjadi *store atmosphere*, hal ini didukung oleh Hanif et al., (2024) yang menyatakan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian Febriani & Fadili (2021) dalam penelitiannya mengemukakan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian dan fenomena di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus *Cafe Lucy’s* Kota Padang.”**

1.2. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen *Cafe Lucy’s* di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Cafe Lucy’s* di Kota Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Cafe Lucy's di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Cafe Lucy's di Kota Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan maupun informasi dan gambaran tentang pengaruh *stroe atmpshere* dan kualitas pelayanan terhadap konsumen Cafe Lucy's di Kota Padang dapat menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu guna menjadikan penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian lebih lanjut terhadap objek sejenis atau aspek lainnya penelitian ini.

2. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan perusahaan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Serta informasi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dalam penyusunan strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi. Selain itu, untuk meningkatkan pemahaman peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan berdasarkan kenyataan.