BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pertumbuhan pesat ini mencakup berbagai wilayah di seluruh indonesia, bukan hanya di kota-kota besar. Ini memberikan peluang besar bagi para pelaku industri untuk berinovasi dan memperluas pasar mereka. Meningkatnya pendapatan masyarakat, perubahan gaya hidup yang semakin konsumtif, dan munculnya kelas menengah yang lebih suka makan diluar atau makan makanan siap saji adalah beberapa faktor yang mendorong pertumbuhan industri. Dengan perkembangan tersebut menimbulkan banyak perusahaan yang berusaha untuk memenangkan persaingan dalam menguasai pasar. Akibat persaingan yang ketat setiap usaha perlu meningkatkan kekuatannya dengan cara menghadirkan perbedaan atau keunikannya dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat konsumen (Rahmawaty, 2015).

Gambar I- 1
Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2011-2024

Sumber : Data Industri Research

Berdasarkan gambar I-1 menunjukan tren pertumbuhan industri makanan dan minuman Indonesia dari 2011 hingga 2024. Produk Domestik Bruto (PDB) sektor makanan dan minuman meningkat pesat dari 145 triliun rupiah pada tahun 2011 menjadi 206 triliun rupiah pada tahun 2023, menunjukan pertumbuhan yang stabil selama lebih dari sepuluh tahun. Namun terdapat penurunan pertumbuhan di tahun 2020 yang terdampak oleh pandemi COVID-19, yang menyebabkan perlambatan dalam industri ini. Setelah pandemi Covid-19, sektor ini kembali bangkit dengan pemulihan bertahap hingga 2023. Namun proyeksi menunjukan bahwa PDB industri turun ke 175 triliun rupiah pada tahun 2024, mungkin karena masalah ekonomi global atau penurunan permintaan. Data ini menunjukan bahwa dinamika industri makanan dan minuman di Indonesia dipengaruhi oleh ekonomi dan faktor eksternal lainnya.

Bisnis kuliner dianggap memiliki peluang yang cukup besar dan hasil yang menjanjikan bagi mereka yang memulainya. Bisnis kuliner adalah bisnis yang menjual makanan dan minuman mulai dari penyajian hingga penjualan kepada pelanggan. Namun seiring berjalannya waktu, bisnis ini mengalami perkembangan dari makanan tradisional dan makanan internasional. Fenomena perkembangan ini para pelaku bisnis kuliner harus terus mengembangkan usahanya, mulai dari strategi penjualan dan pelayanan yang diberikan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa bisnis kuliner mana pun dapat bertahan dan bersaing dengan kuliner lain, baik yang sudah ada maupun yang akan datang.

Tabel I- 1
Data Rating dan Jumlah Ulasan Google Review Kafe di Kebumen

No.	Nama Kafe	Rating Google	Jumlah Ulasan
1.	Cleon Coffee and Eatery	4,8	306
2.	Tuman Coffee & Space	4,5	180
3.	Walk Coffee & Tea	4,0	183
4.	Cozy Coffee House	4,3	149
5.	Satu Cangkir Coffee Bistro	4,4	80

Cleon

Berdasarkan tabel I-1, menunjukkan perbandingan rating dan jumlah ulasan google review untuk beberapa kafe di Kebumen. Cleon Coffee and Eatery memperoleh rating tertinggi sebesar 4,8 dengan 308 ulasan, menunjukkan popularitas yang tinggi di kalangan pelanggan. Tuman Coffee & Space memiliki rating 4,5 dengan ulasan 180 ulasan, menandakan tingkat kepuasan pelanggan yang cukup baik. Walk Coffee & Tea mendapatkan rating 4,0 dengan 183 ulasan, yang menunjukkan jumlah ulasan yang cukup banyak meskipun ratingnya lebih rendah dibandingkan kafe lainnya. Cozy Coffee House memiliki rating 4,3 dengan 149 ulasan, yang mencerminkan kepuasan pelanggan yang stabil. Sementara itu, Satu Cangkir Coffee Bistro memperoleh rating 4,4 dengan 80 ulasan, menunjukkan jumlah pelanggan yang lebih sedikit tetapi dengan tingkat persaingan antar kafe di Kebumen, di mana kualitas layanan, atmosfer, dan pengalaman pelanggan berperan penting dalam membangun reputasi dan loyalitas pelanggan.

Kafe merupakan tempat makan yang menyajikan berbagai jenis makanan, seperti kopi, makanan ringan, dan makanan berat. Namun, kafe juga menawarkan tempat yang bersih, suasana yang nyaman dan pelayanan yang baik. Hal ini sesuai dengan Mais et al., (2024), yang menyatakan bahwa

kafe adalah sebuah tempat untuk bersantai, berbincang-bincang, atau bekerja sambil menikmati minuman dan makanan. Kafe biasanya memiliki suasana yang nyaman, santai dengan dekorasi yang menarik, dan musik yang dapat menciptakan atmosfer yang menyenangkan. Persaingan pada industri cafe di Kebumen, Jawa Tengah semakin ketat, terutama Cleon Coffee and Eatery dan Tuman Coffee & Space. Meskipun Cleon Coffee and Eatery menawarkan konsep minimalis dan modern yang menarik untuk bersantai. Sedangkan daya tariknya masih kalah dibandingkan dengan Tuman Coffee & Space. Tuman Coffee & Space berhasil menarik konsumen lebih banyak konsumen, terutama pada akhir pekan dengan menerima 100 hingga 150 orang lebih banyak dibandingkan Cleon Coffee and Eatery. Keunggulan ini juga terlihat dari omzet akhir pekan Tuman Coffe & Space mencapai Rp 5.000.000 hingga Rp 5.500.000 menjadikan lebih unggul dalam menarik konsumen. Berikut tabel data kunjungan dan omset pada Cleon Coffee and Eatery berdasarkan hari kerja (*weekday)* dan akhir pekan (*weekend*) yaitu:

Tabel I- 2
Data Jumlah Konsumen dan Omzet Penjualan

Hari	Nama Cafe	Jumlah Konsumen	Omzet Penjualan (Rp)
Weekday	Cleon Coffee and Eatery	50 - 70 orang	2.500.000 - 3.000.000
Weekend	Cleon Coffee and Eatery	70 - 90 orang	4.500.000 - 5.000.000

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data Tabel I-2 menunjukan Cleon Coffee & Eatery memiliki jumlah konsumen dan omzet penjualan yang berbeda atara hari kerja (*weekday*) dan akhir pekan (*weekend*). Pada hari kerja, jumlah

konsumen berkisar antara 50 hingga 70 orang dengan omzet penjualan Rp 2.500.000 hingga Rp 3.000.000. Sedangkan pada akhir pekan, jumlah konsumen meningkat menjadi 70 hingga 90 orang, menghasilkan omzet penjualan yang lebih tinggi, yaitu Rp 4.500.000 hingga 5.000.000. Data ini menunjukan bahwa akhir pekan memberikan kontribusi lebih besar terhadap jumlah konsumen dan pendapatan cafe tersebut.

Cleon Coffee and Eatery yang berlokasi di Jl. Pahlawan No. 166, Keposan, Kebumen, Jawa Tengah. Usaha kuliner Cleon Coffee and Eatery sudah berdiri kurang lebih dua tahun dan dikelola oleh Arvel Renaldo. Cleon Coffee and Eatery berhasil menarik pelanggan dari berbagai kalangan, mulai dari anak muda hingga dewasa, dengan mengusung tema minimalis dan modern. Pilihan makanan dan minuman cukup beragam, termasuk hidangan berat, cemilan dan berbagai aneka kue. Sementara untuk minuman tersedia kopi dan non-kopi. Kafe ini memiliki 9 karyawan full-time dan 1 karyawan part-time yang berkerja dalam 3 shift, yaitu dari pukul 07.15-16.00, 09.30-18.30, dan 13.30-22.00. Selain itu Cleon Coffee and Eatery juga menawarkan hiburan live music setiap malam minggu, dengan musik bergenre pop dan jazz yang menambah suasana santai dan nyaman bagi konsumen.

Keberhasilan usaha kafe tidak hanya ditentukan oleh jumlah konsumen, tetapi juga oleh berberapa faktor penting. Menurut Hana Fahleti (2018) lingkungan fisik pada kafe merupakan salah satu wujud dari jasa itu sendiri yang dapat mempengaruhi perilaku dan respon konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh kafe. Menurut Kiabeni et al., (2023) kualitas

pelayanan yang baik merupakan suatu tolak ukur untuk mencapai keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi konsumen. Konsep unik yang membedakan kafe dari pesaing memudahkan konsumen untuk mengenali dan memilihnya. Strategi penjualan inovatif serta fasilitas yang sesuai dengan gaya hidup modern menjadi faktor utama untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, faktor penting yang berkaitan dengan kepuasan konsumen harus dijaga dengan baik. Lingkungan fisik yang tidak mendukung dan pelayanan yang buruk dapat meberikan dampak negatif serta menunjukkan ketidakmampuan dalam mengelola bisnis.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang sebagai suatu dorongan yang ditujukan untuk memperoleh kepuasan (Puspitasari, 2020). Menurut Siregar (2021) adalah ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Maka dalam menjalankan bisnis kafe, pemilik harus fokus pada kepuasan konsumen karena persaingan yang ketat di industri ini mendorong mereka untuk memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi harapan konsumen. Semakin baik perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen, maka pelanggan akan lebih memilih perusahaan tersebut dari pada perusahaan pesaingnya (Tessalonika Wijaya et al., 2024).

Berikut hasil observasi yang peneliti lakukan terhadap 25 responden untuk mengetahui faktor-faktor tingkat kepuasan konsumen setelah membeli di Cleon Coffee and Eatery yaitu:

Tabel I- 3
Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Cleon Coffee and Eatery di Kebumen

No.	Faktor Yang Mempengaruhi	Jumlah Responden	Variabel
1.	Suasanan yang tenang, tempat yang nyaman untuk kumpul bersama, Fasilitas lengakap, dan desain yang minimalis dan aesthetic	15	Dimensi *Servicescape (Ambient Conditions; Spatial Layout and Functionality; dan Signs, Symbols, and Artifacts*)
2.	Pelayanan yang memuaskan dan respon cepat	5	*Responsiveness*
3.	Makanan dan minuman yang enak	3	*Food Quality*
4.	Harganya yang terjangkau	2	*Price*
	Jumlah	25	100%

Sumber : *Data Primer yang diolah, 2025*

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu dimensi *servicescape* dan *responsiveness*. *Servicescape* mencakup lingkungan fisik seperti, desain interior, kebersihan dan kenyamanan sedangkan kualitas pelayanan mencakup daya tanggap dalam menanggapi keluahan konsumen, memenuhi pesanan konsumen dan merespon permintaan konsumen. Faktor-faktor ini menjadi pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui dimensi *servicescape* dan *responsiveness* berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee and Eatery.

Menurut Wirtz & Lovelock (2011) *servicescape* merujuk pada lingkungan fisik yang sengaja dibuat atau diciptakan manusia sebagai dukungan atas layanan yang diberikan kepada konsumen. Menurut Bitner (1992) *servicescape* memilik tiga dimensi yaitu *ambient condition; spatial and layout fungsionality;* dan *signs, symbols and artifacts*. Setiap dimensi ini berperan penting dalam menciptakan pengalaman konsumen yang positif dan mempengaruhi kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan (Hooper et al., 2013).

Ambient conditions merupakan kondisi lingkungan yang dapat mempengaruhi perasaan konsumen serta memiliki peran signifikan dalam menciptakan perilaku konsumen yang sesuai dengan harapan produsen, dimana lingkungan ini menghasilkan suasana yang dirasakan pelanggan dan mempengaruhi pengalaman mereka (Kunti Aisyah et al., 2023). Adanya kondisi lingkungan yang baik akan menimbulkan sikap positif sehingga meningkatkan keinginan konsumen untuk kembali dan menghabiskan lebih banyak waktu di coffee shop. Sebaliknya, kondisi lingkungan yang tidak sesuai, seperti pencahayaan yang terlalu redup dan suhu yang tidak nyaman dapat menurunkan kualitas pengalaman konsumen dan mempengaruhi konsumen untuk memilih lokasi lain. *Ambient conditions* yang sesuai dengan harapan konsumen dan menjadikan konsumen puas akan lingkungan layanan yang diberikan (Putri & Fauzi, 2017).

Spatial layout and functionality merupakan denah ruangan yang terdiri dari meja, kursi, mesin dan peralatan sebagai fasilitas pelayanan yang

mengacu pada efektivitas perencanaan ruang dalam mempromosikan layanan yang efisien dan memberikan kepuasan pelanggan (Indah et al., 2018). Tata letak fasilitas yang strategis dan tepat akan lebih menguntungkan karena sebagian konsumen akan lebih menyukai tata letak fasilitas yang bagus dan dijangkau dengan mudah (Tessalonika Wijaya et al., 2024).

Menurut Bessie & Boimau (2022) *signs, symbols and artifacts* merupakan tanda-tanda atau rambu serta dekorasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu atau suasana hati, untuk memudahkan konsumen mencapai tujuan. Tanda, simbol dan artefak yang jelas dan sesuai dengan penempatannya akan membantu konsumen yang baru pertama kali berada dalam lingkungan layanan secara jelas (Putri & Fauzi, 2017). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ridlolloh (2014) dan Musnaini (2020) bahwa *ambient conditions; spatial layout and functionality*; dan *signs, symbols, and artifacts* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi bisnis kafe memperhatikan setiap elemen dari *servicescape* untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen.

Faktor lain yang berpengaruh adalah *responsiveness*. Menurut Nareswari & Suryaningsih (2024) *responsiveness* adalah kemampuan karyawan untuk membantu dan melayani pelanggan dengan cepat. Menurut Triastity & Triyaningsih (2013) *responsiveness* adalah sikap penyedia jasa untuk mendengarkan dan merespon konsumen guna menciptakan kepuasan konsumen. Kemampuan untuk meyediakan daya tanggap (*responsiveness*)

yang unggul bergantung pada kemampuan karyawan untuk secara konsisten memenuhi harapan konsumen. Oleh karena itu, faktor dimensi *serviscescape* dan *responsiveness* harus diperhatikan karena memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurazizah et al., (2024) dan Binda Rahayu et al., (2024) bahwa *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Fenomena yang terjadi saat ini Cleon Coffee and Eatery merupakan salah satu Cafe di pusat kota Kebumen yang memiliki jam operasional yang berbeda dari cafe lainnya, yakni dimulai lebih awal pukul 07.00. Hal ini menjadikan Cleon Coffee and Eatery pilihan utama bagi konsumen yang gemar melakukan olahraga pagi, seperti jogging atau bersepeda, untuk sekadar mampir menikmati secangkir kopi atau beristirahat sebelum melanjutkan aktivitas. Tidak hanya unggul dalam hal waktu operasional, Cleon Coffee and Eatery juga menawarkan suasana yang nyaman dan estetik, yang mampu memberikan pengalaman bersantai yang menyenangkan. Ditambah lagi, pelayanan yang ramah dari staf Cleon Coffee and Eatery semakin melengkapi kenyamanan konsumen, sehingga membuat mereka betah berlama-lama menikmati atmosfer kafe. Karena lokasi strategis, suasana yang nyaman dan pelayanan yang memuaskan menjadikan Cleon Coffee and Eatery sebagai kafe favorit bagi berbagai kalangan di pusat kota Kebumen.

Semakin pentingnya *servicescape* (lingkungan fisik) dan *responsiveness* (daya tanggap) dalam meningkatkan kepuasan konsumen di

kafe. Konsumen datang tidak hanya menikmati produk, tetapi juga untuk merasakan kualitas lingkungan, seperti desain interior, keamanan dan kenyamanan. Selain itu, *responsiveness*, seperti daya tanggap dalam menanggapi keluahan konsumen, memenuhi pesanan, dan merespon permintaan konsumen memegang peran penting dalam memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Hal ini menunjukan bahwa konsumen menginginkan pengalaman positif saat berkunjung, bukan hanya menikmati makanan dan minuman.

Cleon Coffee and Eatery ini tidak hanya menawarkan pelayanan dan berbagai fasilitas, tetapi juga memiliki desain interior yang dirancang untuk membuat konsumen merasa nyaman. Permasalahan yang dihadapi Cleon Coffee and Eatery adalah meskipun lokasinya strategis di pusat kota Kebumen, beberapa konsumen mengeluhkan keterbatasan area yang kurang luas sehingga terasa sempit untuk konsumen. Selain itu, keterbatasan tempat parkir roda empat dapat membuat konsumen kesulitan menemukan tempat parkir yang memadai dan menyebabkan ketidaknyamanan saat berkunjung. Cleon Coffee and Eatery perlu lebih memperhatikan lingkungan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Harapan konsumen adalah faktor penting jika kualitas pelayanan sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, namun jika tidak maka kepuasan konsumen akan menurun (Surti & Anggraeni, 2020). Kepuasan tidak selalu diukur dari pendapatan atau jumlah pengunjung. Oleh karena itu, penting untuk menilai bagaimana lingkungan

pelayanan yang diberikan dan lingkunagn fisik mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Dimensi *Servicescape* Dan *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Cleon Coffee and Eatery di Kebumen)"**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk menuji pengaruh dimensi *servicescape* dan *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Cleon Coffee and Eatery di Kebumen. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan sebagai berikut:

1) Apakah *ambient conditions* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee and Eatery?
2) Apakah *spatial layout and functionality* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Cleon Coffee and Eatery?
3) Apakah *signs, symbols, and artifacts* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee and Eatery?
4) Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee and Eatery?
5) Apakah dimensi *serviscescape* dan *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee and Eatery?

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini perlu dilakukan masalah agar penelitian lebih fokus dan hasil yang didapatkan sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

1) Subjek pada penelitian ini dilakukan pada konsumen Cleon Coffee and Eatery Kebumen.
2) Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kebumen yang sudah pernah melakukan pembelian di Cleon Coffee and Eatery pada kalangan menengah kebawah dan keatas, mahasiswa, dan masyarakat usia 17 – 35 tahun.
3) Objek dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi dimensi *servicescape* dan *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Cleon Coffee and Eatery.
4) Untuk menghindari meluasnya pembahasan pada penelitian ini, maka penulis membatasi sebagai berikut :
   a. Kepuasan Konsumen

      Menurut Siregar (2021) kepuasan konsumen merupakan kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Jika konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka akan terus membeli dan menggunakannya, serta menceritakan pengalaman positif mereka terhadap produk tersebut kepada orang lain. Adapun indikator kepuasan konsumen menurut Indrasari (2019:92) sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat Berkunjung Kembali
3. Kesediaan Merekomendasikan

b. Servicescape

Menurut Siwi et al., (2017) *servicescape* adalah lingkungan fisik yang ada saat jasa disampaikan kepada konsumen serta memiliki elemen-elemen tertentu yang masih berhubungan dengan konsep jasa. Konsep ini mencakup semua aspek lingkungan fisik yang dapat digunakan manusia seperti tata letak, pencahayaan, warna, suhu, aroma dan penataan furnitur. Adapun dimensi servicescape terbagi menjadi tiga bagian menurut Bitner (1992) yaitu:

a) *Ambient Conditions* merupakan karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan kelima indra. Tanpa disadari *ambient conditions* dapat mempengaruhi emosional, persepsi dan juga perilaku seseorang. Kondisi sekitar juga akan menghasilkan dan menimbulkan suasana hati dari seseorang konsumen terhadap apa yang dirasakan. Indikator *ambient conditions* menurut Bitner (1992) antara lain:

1. Musik
2. Aroma
3. Warna
4. Pencahayaan

5. Suhu Udara
6. Kebisisngan

b) *Spatial Layout and Functionality* merupakan peralatan yang diatur dan kemampuan barang-barang untuk memfasilitasi kenikmatan konsumen. Indikator *spatial layout and functionality* menurut Bitner (1992) yaitu:

1. Efisiensi Tata Letak
2. Kemudahan Akses
3. Kesesuaian Fungsi
4. Fleksibilitas Tata Letak
5. Navigasi yang Efektif

c) *Signs, Symbols, and Artifacts* merupakan tanda-tanda atau rambu serta dekorasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu atau suasana hati, untuk memudahkan konsumen untuk mencapai tujuan. Indikator *signs, symbols, and artifacts* menurut Bitner (1992) yaitu:

1. Tanda Ekspresif
2. Simbol Visual
3. Artefak Dekoratif

c. Responsiveness

Menurut Nareswari & Suryaningsih (2024) *reponsiveness* merupakan kemampuan karyawan untuk membantu dan melayani

pelanggan dengan cepat. Adapun indikator *responsiveness* menurut Hardiansyah (2011:63) yaitu :

1. Merespon pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan
2. Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat
3. Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat
4. Karyawan melakukan pelayanan dengan cermat
5. Karyawan melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
6. Semua keluahan pelanggan direspon oleh karyawan

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1) Untuk mengetahui pengaruh *ambient conditions* terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee Eatery.
2) Untuk mengetahui pengaruh *spatial layout and functionality* terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee and Eatery.
3) Untuk mengetahui pengaruh *signs, symbols, and artifacts* terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee and Eatery.
4) Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee and Eatery.
5) Untuk mengetahui pengaruh dimensi *servicescape* dan *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen di Cleon Coffee and Eatery.

1.5. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya bagi akademisi yang ingin meneliti pengaruh *ambient conditions; spatial layout and functionality; signs, symbols, and artifacts;* serta *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Cleon Coffee and Eatery Kebumen.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu perusahaan merancang strategi pemasaran dengan mempertimbangkan dimensi *servicescape* dan *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Cleon Coffee and Eatery. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu perusahaan mengevaluasi elemen-elemen tersebut untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
UPB