

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis terutama pada bisnis kuliner atau makanan semakin terjadi perkembangan secara pesat. Oleh karena itu, para pebisnis dituntut untuk dapat menciptakan inovasi-inovasi yang kreatif, terbaru, menarik, dan beda dari yang lainnya dengan tujuan untuk menciptakan rasa ketertarikan dari masyarakat terhadap produk yang diciptakan. Bukan hanya inovasi pada produknya saja, namun bagaimana cara para pebisnis dalam melakukan promosi dengan menyediakan seperti promo dan diskon bagi produknya melalui berbagai media yang dimiliki produk tersebut. Inovasi-inovasi tersebut diciptakan dengan tujuan agar masyarakat dapat lebih tertarik dengan produk tersebut, dan juga dengan tujuan supaya semakin bertambahnya jumlah pelanggan atau konsumen yang membeli produk tersebut.

Kini, cenderung banyak masyarakat yang tertarik pada bidang kuliner. Sangat biasa jika kini cukup banyak individu dimana juga mempunyai rasa tertarik guna mengawali bisnis pada bidang kuliner karena sebab cukup tinggi peminatnya. Hal tersebut juga disebabkan oleh beberapa hal seperti gaya hidup masyarakat, media sosial, dan juga hadirnya aplikasi pemesanan makanan online. Gaya hidup masyarakat atau biasa disebut dengan tren di kalangan masyarakat benar-benar berpengaruh pada industri makanan. Media sosial juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam

adanya tren makanan di masyarakat. Melalui media sosial, masyarakat jadi mengetahui makanan atau hal apa saja yang sedang menjadi tren kalangan masyarakat. Hadirnya aplikasi pemesanan makanan online juga turut memudahkan masyarakat untuk dapat membeli makanan kesukaan mereka tanpa harus mendatangi toko makanan tersebut. Karena dengan teknologi yang berkembang saat ini, sudah banyak tempat makan yang menyediakan fitur pemesanan makanan online. Dengan hadirnya fitur tersebut sangat mempermudah bagi pelanggan untuk memesan makanan yang diinginkan.

Kebumen merupakan sebuah daerah di Jawa Tengah dengan jumlah penduduk menurut Badan Pusat Statistik pada (2024) berjumlah 1.414.754 jiwa. Data tersebut merupakan hasil gabungan dari penduduk laki-laki dan perempuan dengan berbagai usia. Dengan jumlah penduduk yang cukup banyak, memaksa para penduduk melakukan dan menemukan cara demi keberlangsungan hidup, salah satunya adalah dengan membuka usaha dibidang kuliner dengan berfokus pada penyajian aneka olahan minuman dengan bahan dasar kopi dan susu dan berbagai macam makanan. Selain menjual makanan dan minuman juga menjual tempat yang nyaman, indah dan disukai oleh semua kalangan pada saat ini, yaitu membuat *cafe*.

Cafe merupakan salah satu bentuk bisnis di bidang kuliner. *Cafe* sendiri merupakan sebuah tempat kuliner yang didalamnya menyajikan beragam produk, seperti kopi, makanan ringan hingga makanan berat. *Cafe* pada umumnya merupakan suatu usaha dibidang makanan dan minuman yang dikelola secara praktis dengan menawarkan tingkat pelayanan bagi

para konsumen secara menyeluruh dan ramah. Dalam hal ini *cafe* ternyata bukan hanya sekedar tempat bersantai, tetapi *cafe* juga memberikan manfaat bagi para pengunjung yang datang diantaranya sebagai tempat untuk menghilangkan kejenuhan dan kelelahan yang dialami oleh konsumen (Amir & Santi, 2024).

Cafe juga dapat menciptakan suasana yang damai dan ramai bagi para konsumen, *cafe* juga bisa dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas, juga sebagai tempat untuk bersenda gurau bersama teman dan menemukan teman baru, serta dapat memberikan suatu kenyamanan bagi para pengunjung dari suasana yang disediakan oleh *cafe* tersebut. Berdirinya suatu *cafe* dapat menjadi tanda sebagai salah satu bentuk pertumbuhan ekonomi yang sedang terjadi disuatu daerah dan juga memberikan manfaat sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi para pencari kerja (Prasetyo I. A & Santoso H. B, 2023).

Saat ini terdapat beberapa *cafe* di Kebumen yang cukup dikenal oleh setiap masyarakat Kebumen yaitu Kopi Sakiyo, Kopi Sadewo Coffeeshop, Luana Coffee, dan Lunar Coffee. Tempat-tempat tersebut merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang kuliner khususnya di bidang perkopian. Dari semua tempat tersebut memiliki keunikan dan kelebihan masing-masing, mulai dari lokasi, bentuk bangunan, konsep interior, variasi makanan dan minuman hingga harganya.

Tabel I-1
Cafe di Kebumen Berdasarkan Rating Google Oktober 2025

No	Nama Cafe	Rating	Ulasan
1	Kopi Sadewo Coffeeshop	4,8	152
2	Kopi Sakiyo	4,7	109
3	Lunar Coffee	4,6	26
4	Luana Coffee	4,1	56

Sumber: Google Maps, Oktober 2025

Berdasarkan Tabel I-1 diatas diketahui bahwa beberapa cafe di Kabupaten Kebumen memiliki tingkat rating dan jumlah ulasan yang cukup beragam. Kopi Sadewo Coffeeshop memperoleh rating tertinggi sebesar 4,8 dengan 152 ulasan, menunjukkan bahwa kafe ini memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang sangat baik. Kopi Sakiyo menempati posisi kedua dengan rating 4,7 dan 109 ulasan, yang juga mencerminkan respon positif dari pengunjung. Selanjutnya, Lunar Coffee memiliki rating 4,6 dengan 24 ulasan, sedangkan Luana Coffee memperoleh rating 4,1 dengan 56 ulasan.

Meskipun Kopi Sakiyo tidak menempati posisi pertama dalam rating Google, kafe ini tetap dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Selain memiliki jumlah pengunjung yang cukup stabil, Kopi Sakiyo juga dikenal sebagai salah satu tempat yang banyak diminati oleh kalangan mahasiswa dan masyarakat umum sebagai lokasi berkumpul maupun bekerja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Kopi Sakiyo memiliki interaksi yang intens dengan pelanggan sehingga memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih relevan mengenai perilaku konsumen. Selain itu, suasana tempat, variasi produk, kualitas pelayanan, serta strategi pemasaran yang diterapkan

menjadikan Kopi Sakiyo menarik untuk diteliti lebih mendalam sebagai objek penelitian skripsi.

Kopi sakiyo menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang stabil dan konsisten, terlihat dari jumlah ulasan yang cukup besar dan interaksi pelanggan yang aktif. Selain itu, kopi sakiyo menawarkan *café atmosphere* yang nyaman, desain ruang yang mendukung produktivitas, variasi menu yang menarik, serta kualitas pelayanan yang ramah dan responsif, sehingga mampu memberikan pengalaman konsumsi yang positif bagi pelanggan. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa meskipun berada pada posisi kedua, kopi sakiyo memiliki potensi pengembangan yang besar dan layak untuk dianalisis dalam konteks penelitian mengenai kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Kopi Sakiyo dihadapkan pada tantangan untuk mengenali dan memahami sejauh mana layanan dan pengalaman yang ditawarkannya dapat memenuhi ekspektasi konsumen.

Kopi Sakiyo sendiri merupakan usaha yang bergerak di industri kuliner bertempat di Jalan Ronggowarsito No.5, Kecamatan Pejagoan, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Kopi Sakiyo sudah berdiri selama kurang lebih 2 tahun. Dengan mengusung konsep tema suasana pulang kampung berhasil menarik pelanggan dari berbagai kalangan dari anak-anak hingga dewasa.

Menu yang ditawarkan oleh kopi sakiyo cukup beragam dan jenis menu yang ditawarkan disesuaikan dengan selera konsumen dari berbagai kalangan. Menu yang disajikan meliputi beragam varian kopi olahan seperti

espresso, cappucino, americano, dan kopi susu gula aren yang menjadi favorit pelanggan. Selain itu, kopi sakiyo juga menyediakan minuman non-kopi seperti *matcha latte*, *red velvet*, *chocolate*, dan berbagai varian teh dengan cita rasa khas. Untuk melengkapi pengalaman bersantai, tersedia pula beragam cemilan dan makanan ringan seperti risoles, french fries, serta pastry. Saat ini, kopi sakiyo juga mulai menghadirkan menu makanan berat berupa rice bowl, meskipun varian rasanya masih terbatas. Keberagaman menu yang terus dikembangkan ini menjadi salah satu daya tarik utama yang mendukung kepuasan dan minat beli konsumen di Kopi Sakiyo Kebumen.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja dengan hasil yang diinginkan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa amat puas. Oleh karena itu, badan usaha harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga mencapai kepuasan masyarakat dan lebih jauh lagi kedepannya dapat dicapai kesetiaan masyarakat. Sebab, bila tidak dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat sehingga menyebabkan ketidakpuasan masyarakat mengakibatkan kesetiaan masyarakat akan suatu produk menjadi luntur dan beralih ke produk atau layanan yang disediakan oleh badan usaha yang lain.

Kopi Sakiyo Kebumen menerapkan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen dengan mengutamakan keramahan, kecepatan,

dan kenyamanan dalam setiap interaksi. Setiap karyawan dilatih untuk menyambut pelanggan dengan sikap sopan dan ramah, serta memberikan penjelasan mengenai menu secara jelas agar konsumen dapat memilih sesuai selera. Proses penyajian dilakukan dengan cepat dan rapi untuk menjaga kualitas minuman dan makanan yang disajikan. Selain itu, kopi sakiyo juga berupaya menciptakan suasana *cafe* yang nyaman dan bersih, sehingga pelanggan merasa betah untuk menikmati waktu bersantai.

Cafe yang menargetkan anak muda sebagai konsumen utama. Dalam memilih tempat, mereka cenderung mengandalkan rating tertinggi atau ulasan yang muncul secara otomatis melalui mesin pencari di gawai mereka. Berdasarkan rating yang disediakan, Tabel di bawah ini menunjukkan kafe-kafe dengan ulasan terbaik.

Tabel I-2
Faktor Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kopi Sakiyo

Faktor yang Mempengaruhi	Responden
<i>Café Atmosphere</i>	19
Variasi Produk	3
Kualitas Pelayanan	6
<i>Perceived Value</i>	2
Jumlah	30

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel I-2 menjelaskan bahwa faktor-faktor yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen di Kopi Sakiyo, diketahui bahwa *Café Atmosphere* menjadi faktor yang paling dominan dengan jumlah 19 responden. Hal ini menunjukkan bahwa suasana kafe, kenyamanan tempat,

serta lingkungan fisik memiliki peran besar dalam membentuk kepuasan konsumen.

Selain itu, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang cukup berpengaruh dengan 6 responden yang memilih aspek tersebut. Variasi produk dipilih oleh 3 responden, menunjukkan bahwa meskipun penting, keberagaman menu bukan faktor utama bagi sebagian besar konsumen. Sementara itu, *perceived value* atau persepsi nilai dipilih oleh 2 responden, menandakan bahwa hanya sebagian kecil konsumen yang menilai kepuasan mereka berdasarkan perbandingan antara manfaat dan biaya yang dikeluarkan. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa suasana kafe merupakan faktor yang paling menentukan tingkat kepuasan konsumen di Kopi Sakiyo Kebumen dibandingkan faktor lainnya.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena konsumen membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Oleh sebab itu kepuasan memang subjektif. Penilaian tergantung dengan konsumen itu sendiri. Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan kepada para konsumennya (Abram, 2023). Kepuasan konsumen merupakan suatu keharusan bagi perusahaan demi kelangsungan usaha. Menurut Masnun et al. (2024) memberikan kualitas terbaik termasuk cara untuk memastikan kepuasan pelanggan, karena kualitas tinggi berdampak langsung pada tingkat kepuasan pelanggan. Ketika konsumen menerima

produk yang memperlihatkan kualitasnya, mereka akan senang dengan kualitasnya.

Cafe atmosphere sangat penting untuk diperhatikan oleh para pelaku bisnis usaha di bidang kuliner. Bahkan saat ini, suasana yang ditawarkan oleh cafe menjadi pertimbangan bagi pelanggan agar berkunjung. Menurut Mandasari (2020) *cafe atmosphere* adalah sebuah komponen yang dapat menentukan proses memutuskan untuk membeli bagi para pelanggan. Proses integrasi yang di kombinasikan dengan wawasan yang bisa mengevaluasi satu atau lebih perilaku pilihan serta melakukan pilihan dari salah satu yang diantaranya ialah mengambil keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu aktivitas pribadi yang serta merta termasuk ketika mengambil ketetapan guna melaksanakan proses membeli suatu barang yang dipasarkan pedagang. *Cafe atmosphere* merupakan sebuah lingkungan cafe yang ditata menarik dengan berbagai dukungan seperti cahaya, warna, musik, aroma, dan sebagainya untuk membangun respon emosi yang positif serta mendorong untuk melakukan pembelian. Melalui suasana café yang sengaja diciptakan, perusahaan berupaya untuk mengomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat fashionable (Raintung, 2024)

Kopi Sakiyo menghadirkan *cafe atmoshpere* yang khas dengan menyuguhkan konsep vibes pulang kampung yang semakin menarik minat para pelanggan dan membedakannya dengan kafe-kafe lainnya. Suasana yang diciptakan di Kopi Sakiyo dirancang untuk memberikan kenyamanan

dan pengalaman berbeda bagi setiap pengunjung. Hal ini dapat terlihat dari tata letak ruangan yang tertata rapi, pemilihan warna interior yang lembut dan hangat, serta pencahayaan redup yang menimbulkan kesan tenang dan santai. Musik yang diputar di dalam *café* pun dipilih dengan cermat, menyesuaikan waktu dan suasana agar konsumen merasa betah untuk berlama-lama. Selain itu, Kopi Sakiyo juga memperhatikan kebersihan lingkungan dan kenyamanan tempat duduk, baik untuk pengunjung yang datang sendiri maupun berkelompok. Tersedianya area indoor dan outdoor memberikan alternatif bagi pelanggan yang ingin menikmati suasana berbeda area indoor yang lebih tenang untuk bekerja atau belajar, serta area outdoor yang lebih santai untuk bersosialisasi. Pelayanan dari barista dan staf yang ramah turut memperkuat atmosfer positif di dalam *café*, menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dan tempat.

Tidak hanya suasana *café* dengan konsep yang nyaman, aspek variasi produk dari sebuah kafe juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Wahyuningsih (2019) variasi produk adalah berbagai jenis produk yang ditawarkan untuk dipilih dan dibeli oleh konsumen. Indikator variasi produk adalah kemudahan mendapatkan produk, kelengkapan produk dan keinginan untuk membeli. Variasi produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Variasi produk cocok dipilih apabila perusahaan bermaksud memanfaatkan fleksibilitas produk sebagai strategi

bersaing dengan para produsen misal produk-produk standar (Maharani & Suwitho, 2021).

Kopi Sakiyo Kebumen menawarkan berbagai variasi produk yang dirancang untuk memenuhi selera beragam konsumen, mulai dari pecinta kopi klasik hingga pelanggan yang lebih menyukai minuman kekinian. Variasi produk yang disajikan meliputi aneka minuman berbasis kopi seperti espresso, americano, latte, cappuccino, dan kopi susu gula aren yang menjadi salah satu menu andalan. Selain itu, Kopi Sakiyo juga menyediakan berbagai pilihan minuman non-kopi seperti matcha latte, red velvet, choco hazelnut, serta varian teh dan mocktail yang cocok untuk konsumen yang tidak mengonsumsi kafein.

Selain itu, Kopi Sakiyo Kebumen juga menghadirkan menu makanan ringan dan camilan pendamping seperti roti bakar, *croffle*, kentang goreng, dan pastry yang melengkapi pengalaman bersantai para pengunjung. Setiap produk dikemas dengan tampilan menarik serta disajikan dengan cita rasa yang konsisten, sehingga mampu menarik minat konsumen dari berbagai kalangan, khususnya anak muda dan pekerja kantoran yang mencari tempat nongkrong nyaman.

Selain *café atmosphere* dan variasi produk, kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pelayanan adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan. Menurut Tjiptono (2021)

kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan juga merupakan gambaran perbedaan antara harapan-harapan dari pelayanan oleh pelanggan dan pelayanan yang dirasakan. Jika harapan yang dirasakan oleh konsumen lebih besar dari kinerja dan mutu yang dirasakan juga kurang memuaskan sehingga dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen dapat terjadi (Zachra et al., 2024).

Kualitas pelayanan di Kopi Sakiyo Kebumen merupakan salah satu aspek yang sangat diperhatikan dalam upaya memberikan pengalaman terbaik bagi konsumen. Setiap karyawan dilatih untuk bersikap ramah, sopan, dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang cepat, tepat, dan efisien menjadi salah satu keunggulan Kopi Sakiyo dalam menjaga kepuasan pengunjung. Barista tidak hanya terampil dalam meracik minuman, tetapi juga berusaha menciptakan interaksi yang hangat dan menyenangkan dengan pelanggan. Selain itu, kebersihan area pelayanan, kerapian penyajian produk, serta kenyamanan tempat duduk turut mencerminkan komitmen Kopi Sakiyo terhadap kualitas layanan yang prima.

Pelayanan yang baik di Kopi Sakiyo juga terlihat dari kemampuan staf dalam menanggapi kritik dan saran konsumen dengan sikap terbuka. Responsivitas terhadap permintaan pelanggan, seperti penyesuaian tingkat kemanisan atau suhu minuman, menunjukkan perhatian terhadap detail

yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang konsisten ini menjadikan Kopi Sakiyo tidak hanya sekadar tempat untuk menikmati minuman, tetapi juga ruang yang memberikan pengalaman menyenangkan dan berkesan bagi setiap pengunjung. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang mendukung loyalitas pelanggan dan citra positif Kopi Sakiyo Kebumen di mata masyarakat.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen pada Kopi Sakiyo Kebumen yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu *café atmosphere*, variasi produk, dan kualitas pelayanan dengan judul **“Pengaruh Café Athmosphere, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Sakiyo Kebumen”**

1.2. Rumusan Masalah

Dalam melakukan penelitian pengaruh *café atmosphere*, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kopi sakiyo kebumen, peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah *café atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Sakiyo Kebumen?
2. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Sakiyo Kebumen?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Sakiyo Kebumen?

4. Apakah *café atmosphere*, variasi produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Sakiyo Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan penelitian maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

Masalah yang diteliti meliputi:

- a. Kepuasan Konsumen

Menurut Abram (2023) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena konsumen membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Menurut (Putri & Sutrisna, 2023) ada tiga indikator kepuasan konsumen, antara lain:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

- b. *Café Atmosphere*

Menurut Mandasari (2020) *cafe atmosphere* adalah sebuah komponen yang dapat menentukan proses memutuskan untuk membeli bagi para pelanggan. Proses integrasi yang di kombinasikan dengan wawasan yang bisa mengevaluasi satu atau lebih perilaku pilihan serta melakukan pilihan dari salah satu yang diantaranya ialah mengambil keputusan pembelian. Keputusan

pembelian adalah suatu aktivitas pribadi yang serta merta termasuk ketika mengambil keputusan guna melaksanakan proses membeli suatu barang yang dipasarkan pedagang. Menurut (Banat dan Wandebori, 2017) ada lima indikator cafe atmosphere antara lain:

- 1) Pencahayaan
- 2) Kebersihan
- 3) Musik
- 4) Harum ruangan
- 5) Pajangan atau tata ruang

c. Variasi Produk

Menurut (Wahyuningsih, 2019) variasi produk adalah berbagai jenis produk yang ditawarkan untuk dipilih dan dibeli oleh konsumen. Indikator variasi produk adalah kemudahan mendapatkan produk, kelengkapan produk dan keinginan untuk membeli. Menurut (Wardani & Witjaksono Eko Hartoto, 2024) ada empat indikator variasi produk antara lain:

- 1) Ukuran
- 2) Harga
- 3) Tampilan
- 4) Ketersediaan produk

d. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2021) kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia,

proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut (Absari et al., 2024) ada lima indikator kualitas pelayanan antara lain:

- 1) *Tangible*
- 2) *Reliability*
- 3) *Responsiveness*
- 4) *Assurance*
- 5) *Empathy*

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian bisa ditentukan setelah melihat rumusan masalah, adapun tujuannya yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *cafe atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Kopi Sakiyo di Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap kepuasan konsumen Kopi Sakiyo di Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Sakiyo di Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh *cafe atmosphere*, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Sakiyo di Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah agar peneliti dapat bermanfaat untuk pembaca secara umum dan perusahaan yang terkait dalam penelitian ini.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan, referensi dan pengetahuan tambahan mengenai cafe atmosphere, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Sakiyo di Kebumen, serta dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi serta penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi pemasar dalam menyusun strategi yang tepat.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen seperti cafe atmosphere, variasi produk, dan kualitas pelayanan.