



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**ANALISIS PENGARUH SUASANA TOKO TERHADAP
KESEDIAAN MEMBAYAR HARGA PREMIUM DENGAN
PENGALAMAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL**

INTERVENING

**(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *COFFEE SHOP* DI JAKARTA
SELATAN)**



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

FERISYA RIZQIYAH ALMAS

NIM : 2105421092

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis Terapan**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

FERISYA RIZQIYAH ALMAS. Analisis Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium dengan Pengalaman Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen *Coffee Shop* di Jakarta Selatan). Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta 2025.

Industri kopi di Indonesia, khususnya di Jakarta Selatan, menunjukkan pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya budaya nongkrong dan konsumsi kopi premium di kalangan anak muda. Fenomena ini memunculkan persaingan yang semakin ketat di industri *coffee shop*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh suasana toko terhadap kesiediaan membayar harga premium dengan pengalaman pelanggan sebagai variabel *intervening* pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner dan jumlah responden sebanyak 120 orang konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan. Analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* menggunakan *software* SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiediaan membayar harga premium, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengalaman pelanggan. Pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kesiediaan membayar harga premium. Namun, pengaruh tidak langsung suasana toko terhadap kesiediaan membayar harga premium melalui pengalaman pelanggan tidak signifikan. Dengan demikian, hipotesis H1 dan H3 diterima, sedangkan H2 dan H4 ditolak.

Kata Kunci: *Coffee Shop, Suasana Toko, Pengalaman Pelanggan, Kesiediaan Membayar Harga Premium.*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

FERISYA RIZQIYAH ALMAS. *Analysis of the Influence of Store Atmosphere on Willingness to Pay Premium Prices with Customer Experience as an Intervening Variable (Case Study on Coffee Shop Consumers in South Jakarta)*. Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic 2025.

The coffee industry in Indonesia, particularly in South Jakarta, is showing rapid growth along with the increasing hangout culture and premium coffee consumption among young people. This phenomenon has given rise to increasingly fierce competition in the coffee shop industry. This study aims to determine and analyze the effect of store atmosphere on willingness to pay premium prices with customer experience as an intervening variable among coffee shop consumers in South Jakarta. This study used a quantitative approach with a questionnaire method and a total of 120 coffee shop consumers in South Jakarta as respondents. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) method using SmartPLS software version 4.0. The results showed that store atmosphere had a positive and significant effect on willingness to pay premium prices, but did not significantly affect customer experience. Customer experience had a positive and very significant effect on willingness to pay premium prices. However, the indirect effect of store atmosphere on willingness to pay premium prices through customer experience was not significant. Thus, hypotheses H1 and H3 were accepted, while H2 and H4 were rejected.

Keywords: *Coffee Shop, Store Atmosphere, Customer Experience, Willingness to Pay Premium Price.*

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tak terhingga penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karnia-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kesiapan Membayar Harga Premium dengan Pengalaman Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Konsumen *Coffee Shop* di Jakarta Selatan)” ini dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, setelah melalui proses panjang yang penuh tantangan, pembelajaran, dan refleksi akademik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini bukanlah hasil dari usaha penulis semata, melainkan merupakan buah dari bimbingan, arahan, dukungan moral dan spiritual, serta bantuan dari berbagai pihak yang telah dengan tulus memberikan kontribusi dalam berbagai bentuk selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode tahun 2021 - 2025
3. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode tahun 2025 - 2029
4. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Terapan dan selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan waktu, arahan, masukan dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Seluruh staff dan seluruh dosen Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu kepada penulis selama dibangku perkuliahan.
7. Bapak Supriyanto dan Ibu Sri Supadmi, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya, dua orang yang selalu mengusahakan anaknya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya, serta kepada Padya Mutia Rizqi dan Atha Cahya Nasywa selaku adik penulis yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam banyak hal di hidup penulis.
8. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Angkatan tahun 2021 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah menjadi bagian perjalanan akademik penulis, serta selalu memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan proposal skripsi ini.
9. Ferisyah Rizqiyah Almas, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai di titik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. *Dear God, thank you for making me an independent woman. I know there are many other great women, but I am proud of this achievement.*
Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan di masa mendatang. Sekali lagi, penulis mengucapkan terima kasih atas segala perhatian dan bantuannya.

Depok, 31 Juli 2025

Ferisyah Rizqiyah Almas
NIM 2105421092



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	2
ABSTRACT.....	3
LEMBAR PERSETUJUAN.....	4
LEMBAR PENGESAHAN.....	5
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	6
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR GAMBAR.....	14
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Kerangka Teori.....	12
2.1.1 Teori S-O-R (<i>Stimulus – Organism – Response</i>).....	12
2.1.2 Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>).....	13
2.1.3 Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>).....	19
2.1.4 Kesiediaan Membayar Harga Premium (<i>Willingness to Pay Premium Price</i>).....	22
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	26
2.3 Perumusan Hipotesis.....	31
2.4 Deskripsi Konseptual.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
3.2 Kerangka Penelitian.....	37
3.3 Metode Penelitian.....	38
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7 Instrumen Penelitian.....	44
3.8 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.1 Hasil <i>Pilot Study</i>	56
4.1.1 Hasil Penyebaran <i>Pilot Study</i>	56
4.2 Hasil Rekapitulasi Data.....	62
4.2.1 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	62
4.2.2 Karakteristik Data.....	63
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Variabel.....	68
4.3 Hasil Analisis Data.....	89
4.3.1 Hasil Analisis <i>Outer Model Test</i>	89
4.3.2 Hasil Analisis <i>Inner Model Test</i>	93
4.4 Pembahasan.....	101
4.5 Hasil Model Pengukuran.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Saran Teoritis.....	63
5.2.2 Saran Praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	67



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	26
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Daftar <i>Coffee Shop</i> Premium di Jakarta Selatan.....	41
Tabel 3.3 Skala Likert.....	45
Tabel 3.4 Variabel Operasional.....	46
Tabel 4.1 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	57
Tabel 4.2 Hasil Uji <i>Cronbach's alpha</i> , <i>Composite reliability</i> dan <i>AVE</i>	60
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT)</i>	61
Tabel 4.4 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	63
Tabel 4.5 Skor.....	68
Tabel 4.6 Hasil Rekapitulasi Data Jawaban Responden Variabel Suasana Toko (X)...	68
Tabel 4.7 Hasil Rekapitulasi Data Jawaban Responden Variabel Kesiediaan Membayar Harga Premium (Y).....	74
Tabel 4.8 Hasil Rekapitulasi Data Jawaban Responden Variabel Pengalaman Pelanggan (Z).....	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	93
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis.....	94
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>F Square</i>	97
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>R-Square</i>	100
Tabel 4.14 Hasil Hipotesis Penelitian.....	101

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan PDB Beberapa Lapangan Usaha (C-to-C) (2022-2024).....	1
Gambar 1.2 Intensitas Kunjungan ke <i>Coffee Shop</i>	2
Gambar 1.3 Intensitas Mengonsumsi Kopi dengan Harga Premium.....	5
Gambar 1.4 Mengunjungi <i>Coffee shop</i> dengan Harga >Rp. 100.000.....	6
Gambar 1.5 Alasan Konsumen Datang ke <i>Coffee Shop</i> Tersebut.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	65
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	65
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan.....	66
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Preferensi Metode Pembelian.....	67
Gambar 4.7 Model pengukuran PLS <i>Algorithm</i>	106
Gambar 4.8 Model pengukuran PLS <i>Bootstrapping</i>	106

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Data Tabulasi <i>Pilot Study</i> Variabel Suasana Toko (X).....	74
Lampiran 3 Data Tabulasi <i>Pilot Study</i> Variabel Kesiediaan Membayar Harga Premium (Y).....	75
Lampiran 4 Data Tabulasi <i>Pilot Study</i> Variabel Pengalaman Pelanggan (Z).....	76
Lampiran 5 Data Hasil Uji Validitas <i>Pilot Study</i>	77
Lampiran 6 Data Tabulasi Final Variabel Suasana Toko (X).....	79
Lampiran 7 Data Tabulasi Final Variabel Kesiediaan Membayar Harga Premium (Y).....	82
Lampiran 8 Data Tabulasi Final Variabel Pengalaman Pelanggan (Z).....	85
Lampiran 9 Data Hasil Uji Validitas (Data Final).....	88
Lampiran 10 <i>Curriculum Vitae</i>	90



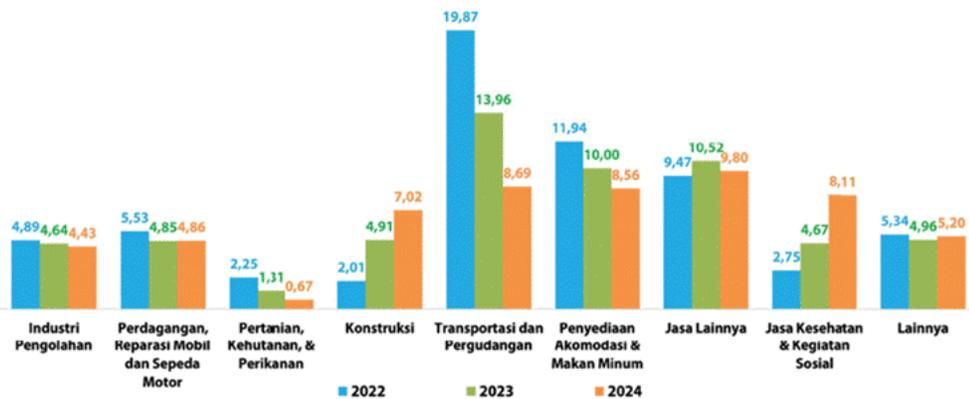
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis makanan dan minuman di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar, seperti yang terlihat dari pertumbuhannya yang cepat. Informasi yang diperoleh dari Lembaga Statistik Nasional mengindikasikan bahwa bidang usaha akomodasi dan restoran telah mengalami pertumbuhan substansial selama tiga tahun terakhir, meningkat sebesar 8,56% pada tahun 2024, menempatkannya di antara tiga sektor dengan pertumbuhan tercepat. Pada tahun 2022, kontribusi PDB sektor ini mencapai IDR 1,23 triliun, menyumbang 6,32% dari PDB, jauh melebihi sektor lainnya seperti tekstil atau logam dasar. Ekspansi ini menunjukkan perubahan gaya hidup konsumen, meningkatnya urbanisasi, dan munculnya perusahaan yang berfokus pada pengalaman seperti *coffee shop*. Gambar 1.1 di bawah ini menggambarkan tren pertumbuhan di berbagai industri dari tahun 2022 hingga 2024:



Gambar 1.1 Pertumbuhan PDB Beberapa Lapangan Usaha (C-to-C) (2022-2024)

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) 2022 - 2024

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik untuk tahun 2022-2024, nilai substansial sektor makanan dan minuman disebabkan oleh beberapa aspek termasuk permintaan konsumen yang kuat, inovasi produk yang terus-menerus, dan investasi



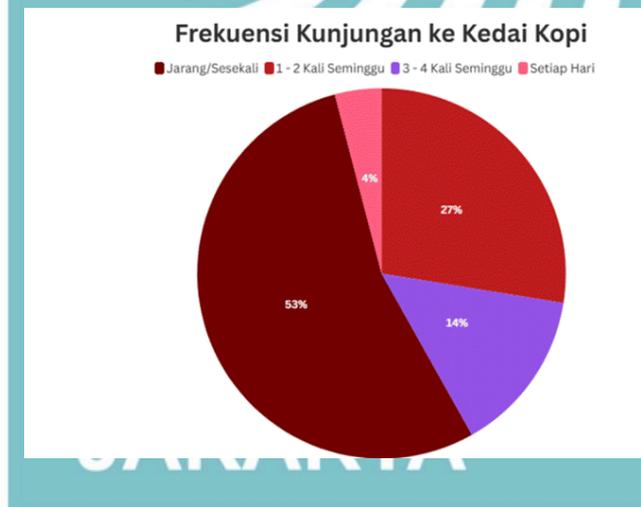
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang cukup besar oleh pemangku kepentingan industri. Perubahan dalam tren makanan, peningkatan konsumsi makanan siap saji, dan ide-ide bisnis modern seperti *coffee shop* dan restoran juga mendorong pertumbuhan sektor ini. Selain itu, sektor ini telah menciptakan banyak peluang kerja di berbagai bidang, termasuk manufaktur, distribusi, dan layanan, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Bisnis *coffee shop* banyak diminati pengusaha karena menyediakan layanan makanan dan minuman yang mudah, bersahabat, dan beragam. Pertumbuhan sektor ini sejalan dengan perubahan gaya hidup modern, terutama di kalangan remaja yang menekankan pada efisiensi dan kenyamanan. *Coffee shop* bukan hanya sekadar lokasi untuk makan, tetapi juga tempat untuk bersantai, dengan suasana yang nyaman, musik yang mengalun, dan fasilitas yang menarik. Frekuensi kunjungan ke *coffee shop* tingkat kekuatannya tampak pada ilustrasi di bawah ini:



Gambar 1.2 Intensitas Kunjungan ke *Coffee Shop*

Sumber: GoodStats Indonesia (2024)

Berdasarkan survei Good Stats 2024 di atas, menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan ke *coffee shop* menunjukkan bahwa mayoritas responden (53%) hanya mengunjungi sesekali. Sejumlah 27% mengunjungi 1-2 kali dalam seminggu, 14% mengunjungi 3-4 kali seminggu, dan hanya 4% yang datang setiap hari. Data ini menunjukkan bahwa meskipun *coffee shop* menjadi bagian dari gaya hidup anak



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

muda, frekuensi kunjungan ke *coffee shop* berbeda-beda tergantung pada kebutuhan, cara hidup, dan pilihan individu.

Pertumbuhan jumlah pengunjung *coffee shop* sangat terkait dengan meningkatnya budaya berkumpul di tengah komunitas umum, khususnya pada kelompok generasi muda. Budaya berkumpul telah menjadi elemen dari keragaman budaya Indonesia, yang tercermin dalam cara hidup, adat, serta nilai-nilai sosial yang dijalankan oleh kelompok tertentu. Kegiatan ini tidak hanya sebatas berkumpul dan berbincang, tetapi juga sebagai kesempatan untuk menikmati makanan dan minuman bersama. Walaupun dalam beberapa perspektif "nongkrong" dianggap sebagai kegiatan yang tidak efisien, budaya ini terus bertahan sebagai cara ekspresi sosial masyarakat dalam memanfaatkan waktu luang.

Di satu sisi, berkumpul seringkali diasosiasikan dengan karakter malas dan kurang berprestasi. Namun, di sisi lainnya, kegiatan ini memiliki keuntungan yang berarti, seperti menurunkan stres dan meningkatkan kreativitas dalam berpikir dan berkreasi. Kreativitas yang timbul dari interaksi sosial ini sering kali terealisasi dalam berbagai sektor, termasuk bisnis dan usaha. Fenomena ini mengundang pertanyaan ilmiah: Mengapa pelanggan bersedia menghabiskan biaya tambahan demi menikmati kopi di kedai? Apa yang membuat mereka menganggap ada nilai lebih dari sekadar cita rasa kopi itu? Berbagai penelitian mengindikasikan bahwa suasana toko memiliki peran utama dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, yang selanjutnya mempengaruhi kemauan dalam memberikan sejumlah uang lebih tinggi.

Berdasarkan analisis terhadap berbagai ulasan pelanggan di platform seperti *Google Review* dan sejumlah studi akademis, diketahui bahwa kualitas produk, terutama rasa kopi dan makanan, menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk membayar lebih. *Coffee shop* yang dapat mempertahankan konsistensi rasa dan menawarkan pilihan menu yang berbeda cenderung menerima ulasan baik serta tingkat loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Di samping itu, kondisi atau lingkungan lokasi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan konsumen. Ruang interior yang *aesthetic*, kenyamanan area duduk, pencahayaan yang tepat, serta elemen dekoratif



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

seperti tanaman hijau menjadi daya tarik ekstra yang membuat pengunjung bersedia menghabiskan lebih banyak waktu dan uang di *coffee shop* ini.

Di satu sisi, layanan yang ramah, responsif, dan profesional juga memperkuat kesan baik yang dirasakan oleh konsumen, sehingga mendorong mereka untuk kembali berkunjung meskipun harga barang tergolong mahal. Pertimbangan lain yang juga sangat penting adalah pandangan harga yang sepadan dengan nilai yang diperoleh. Pelanggan biasanya tidak keberatan membayar harga tinggi jika mereka merasa puas dengan kualitas produk, suasana toko, dan layanan. Selain itu, citra merek yang kokoh dan ikatan emosional antara konsumen dan *brand* juga membentuk loyalitas yang meningkatkan kesediaan untuk membayar lebih. Oleh sebab itu, kopi di kedai yang dapat menggabungkan kualitas produk, suasana toko yang menyenangkan, pelayanan unggul, persepsi nilai, dan kekuatan merek, akan memiliki kesempatan lebih besar untuk menarik konsumen yang bersedia membayar harga tinggi demi mendapatkan pengalaman yang lebih bernilai.

Suasana santai di *coffee shop* juga dipengaruhi oleh pilihan musik latar yang menenangkan. Banyak *coffee shop* yang memutar musik akustik atau *lo-fi* pada volume rendah untuk menciptakan suasana relaksasi tanpa mengganggu obrolan antara pengunjung. Jenis musik yang dibawakan sering kali disesuaikan dengan tema *coffee shop*, mulai dari *jazz klasik*, *indie*, hingga instrumental yang menciptakan suasana santai dan menyenangkan. Selain itu, untuk mereka yang menginginkan tempat dengan privasi lebih, *coffee shop* yang memiliki ruang dengan kebisingan rendah atau area khusus untuk bekerja menjadi pilihan utama. Adanya pembatas antar meja atau sudut-sudut pribadi di dalam *coffee shop* juga memberikan keuntungan bagi pelanggan yang ingin fokus atau menikmati waktu sendiri.

Studi tentang suasana toko dan pengaruhnya terhadap kesediaan untuk membayar harga premium sudah banyak dilakukan dalam berbagai sektor industri, termasuk di bidang ritel. Akan tetapi, banyak penelitian lebih berfokus pada pengaruh langsung suasana toko terhadap keputusan pembelian tanpa memperhitungkan pengalaman pelanggan sebagai variabel *intervening*. Studi oleh Purwinarti et al., (2022:81-86) menunjukkan bahwa pemanfaatan QRIS untuk cara transaksi di kalangan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

UMKM di Kota Depok telah membantu meningkatkan efisiensi transaksi dan memperkuat daya saing usaha secara strategis. Temuan ini relevan dengan konteks coffee shop premium yang mengedepankan pengalaman pelanggan secara menyeluruh, tidak hanya dari aspek suasana toko, tetapi juga dari kemudahan layanan, termasuk metode pembayaran yang digunakan. Namun, pengalaman pengguna dapat memperkuat ikatan antara suasana toko dan pilihan pelanggan dalam menilai suatu produk atau layanan. Di samping itu, studi sebelumnya juga biasanya lebih banyak berfokus pada merek-merek internasional atau industri ritel besar, sedangkan penelitian mengenai suasana toko dalam konteks *coffee shop* di Jakarta Selatan masih terbatas. Untuk mendapatkan data yang lebih relevan, peneliti menyebarkan kuesioner untuk mengetahui apa saja yang menyebabkan konsumen bersedia membayar harga premium di sebuah *coffee shop* di Jakarta Selatan. Berikut ini adalah data dari hasil kuesioner intensitas mengkonsumsi kopi dengan harga yang premium :



Gambar 1.3 Intensitas Mengonsumsi Kopi dengan Harga Premium

Sumber: Hasil kuesioner (2025)

Dalam gambar 1.3 diatas, dapat kita lihat bahwa mayoritas orang mengkonsumsi kopi antara 1 sampai 2 kali dalam kurun waktu seminggu sebanyak 36,8%. Sedangkan 28,1% orang mengkonsumsi kopi antara 3 sampai 5 kali dalam kurun waktu seminggu.

Berdasarkan perkembangan pasar kopi Indonesia, penetapan harga premium kopi di atas Rp. 100.000 dapat didasari oleh sejumlah faktor yang didukung oleh studi terkini. Segmentasi pasar kopi di Indonesia menunjukkan perbedaan yang jelas antara kopi komersial dan kopi premium. Harga spot kopi *Arabica* pada Mei 2024 mencapai



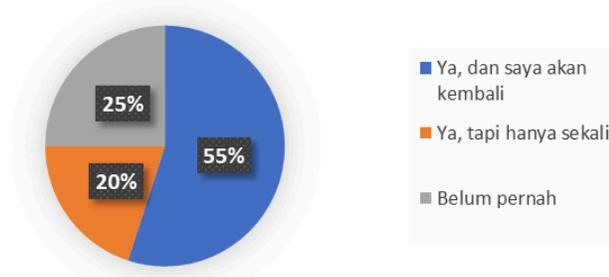
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sekitar 117.761 rupiah per kilogram, mencerminkan variasi harga bahan baku yang berpengaruh pada penentuan harga jual akhir. Kedua, perkembangan industri kopi *specialty* Indonesia yang semakin cepat menciptakan segmen pasar tersendiri yang dapat menerima harga premium. Industri kopi Indonesia telah mengalami transformasi besar dalam lima tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen mengenai kualitas dan proses pengolahan kopi yang lebih baik. Ketiga, perkembangan ekonomi digital dan kenaikan daya beli warga mendorong konsumen untuk beralih ke barang berkualitas tinggi. Pasar kopi instan Indonesia diperkirakan meningkat dengan *CAGR* 8,48% mencapai US\$5,73 triliun pada tahun 2030, yang mencerminkan pertumbuhan konsumsi kopi secara keseluruhan. Dengan demikian, penetapan *threshold* Rp. 100.000 sebagai batas kopi premium merefleksikan realitas pasar yang membedakan antara kopi komersial dengan kopi yang memiliki *value-added* melalui proses pengolahan, kualitas bahan baku, dan pengalaman konsumsi yang superior. Sebagian besar orang pernah pergi ke *coffee shop* yang menawarkan kopi dengan harga >Rp. 100,000. Ini dipresentasikan lewat bagan yang disajikan pada ilustrasi 1.4 berikut ini:

Pernahkah Anda mengunjungi *coffee shop* yang menjual kopi dengan harga >Rp. 100.000?



Gambar 1.4 Mengunjungi *Coffee shop* dengan Harga >Rp. 100.000

Sumber: Data Diolah (2025)

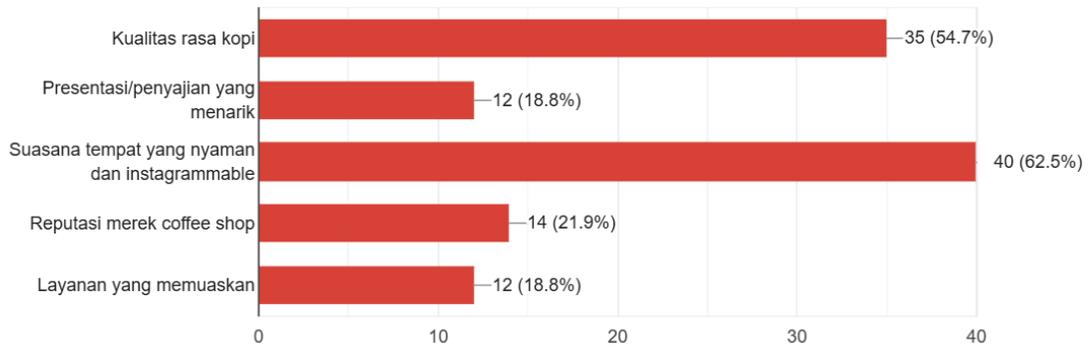
Dalam Gambar 1.4 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas orang sebanyak 65% tidak hanya pernah mengunjungi *coffee shop* yang menjual kopi premium dengan harga di atas Rp. 100.000, tetapi juga bersedia untuk kembali lagi dan yang hanya berkunjung sekali saja sebanyak 20%. Pernyataan ini diperkuat oleh informasi yang



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

didapat melalui temuan survei mengenai apa yang menyebabkan konsumen tersebut memilih *coffee shop* untuk dikunjungi pada Gambar 1.5 dibawah ini :



Gambar 1.5 Alasan Konsumen Datang ke *Coffee Shop* Tersebut

Sumber: Hasil kuesioner (2025)

Berdasarkan hasil survei yang terlihat dalam gambar 1.5 di atas, ada beberapa faktor penting yang dipertimbangkan oleh anak muda saat memilih *coffee shop* sebagai lokasi untuk bersantai, bekerja, atau berkumpul. Aspek kenyamanan menduduki tempat teratas dengan persentase 62,5%, menggambarkan bahwa suasana tempat yang nyaman adalah prioritas utama bagi pengunjung saat memilih kedai kopi. Selain faktor kenyamanan, rasa dari minuman dan makanan juga menjadi aspek penting dengan persentase 54,7%. Hal ini menegaskan bahwa kualitas rasa tetap menjadi alasan utama bagi pengunjung untuk berkunjung, meskipun suasana tempat menjadi daya tarik awal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi muda cenderung memperhatikan keseimbangan antara mutu produk dan kondisi keuangan saat menentukan tempat berkumpul. Memahami perbedaan dalam dampak suasana toko terhadap kesediaan membayar harga premium menjadi krusial bagi pengusaha *coffee shop*, terutama di Jakarta Selatan. Apabila suasana toko tidak disesuaikan dengan keinginan pelanggan, maka pengalaman pelanggan yang dihasilkan tidak akan optimal, sehingga dapat berdampak pada rendahnya kesadaran untuk membayar harga premium.

Seiring dengan temuan tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana suasana toko mempengaruhi kesediaan membayar harga premium, baik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

secara tatap muka maupun lewat perantara pengalaman pelanggan sebagai variabel *intervening*. Dengan menyadari hubungan ini, pemilik usaha *coffee shop* bisa menyusun strategi yang lebih efisien, seperti memaksimalkan desain interior, meningkatkan kenyamanan lokasi, serta menjaga kualitas produk sebagai daya tarik utama. Untuk mencapai tujuan tersebut, studi ini mengaplikasikan metode kuantitatif dengan pendekatan survei yang melibatkan pelanggan *coffee shop* di Jakarta Selatan. Pengolahan informasi dilakukan menggunakan pendekatan Model Persamaan Struktural (SEM) untuk menguji dampak suasana toko terhadap kesediaan membayar harga premium serta pengalaman pelanggan. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan menyajikan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman pelanggan dalam memediasi hubungan antara suasana toko dan kemauan untuk membayar lebih, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan strategis di sektor *coffee shop*.

Namun, penelitian ini memiliki berbagai batasan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada *coffee shop* di Jakarta Selatan, sehingga temuan ini mungkin tidak dapat diterapkan pada sektor ritel lainnya atau area yang berbeda. Kedua, variabel yang diteliti terbatas pada suasana toko, pengalaman pelanggan dan kesediaan membayar harga premium, sehingga faktor eksternal seperti harga pesaing, loyalitas merek, dan tren pasar tidak termasuk dalam analisis ini. Ketiga, metode kuantitatif yang didasarkan pada survei walaupun mampu memberikan gambaran umum mengenai keterkaitan antar variabel, namun mungkin kurang efektif dalam mengungkap faktor psikologis dan emosional yang mempengaruhi pengalaman konsumen. Terkait dengan hal tersebut, penelitian lanjutan dengan metode kuantitatif bisa dilaksanakan untuk menyempurnakan hasil dalam studi ini.

Berdasarkan berdasarkan konteks dan isu yang ada, penyusun terdorong untuk melaksanakan studi lebih lanjut dengan judul “**Analisis Pengaruh Suasana Toko terhadap Kesediaan Membayar Harga Premium dengan Pengalaman Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Konsumen *Coffee Shop* di Jakarta Selatan)**”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang peneliti jelaskan berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, yaitu sebagai berikut:

- a. Belum optimalnya pemanfaatan suasana toko (*store atmosphere*) oleh beberapa *coffee shop* dalam menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan.
- b. Tingkat kunjungan konsumen ke *coffee shop* masih bervariasi, meskipun budaya nongkrong semakin meningkat di kalangan anak muda.
- c. Belum diketahui secara pasti faktor utama yang mendorong konsumen bersedia membayar harga premium untuk kopi, apakah karena suasana toko, kualitas produk, atau elemen lainnya.
- d. Minimnya penelitian yang mengkaji peran pengalaman pelanggan sebagai variabel *intervening* dalam kaitannya antara atmosfer gerai dan keinginan membayar dengan tarif lebih tinggi.
- e. Kurangnya kajian akademik yang secara khusus meneliti *coffee shop* di wilayah Jakarta Selatan, yang memiliki karakteristik konsumen unik dan gaya hidup modern.
- f. Belum ada pemahaman menyeluruh mengenai sejauh mana faktor-faktor non-produk, seperti interior, kenyamanan, dan pelayanan, mempengaruhi persepsi nilai dan keputusan pembelian konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana suasana toko berpengaruh terhadap kesediaan untuk membayar harga premium pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan?
- b. Bagaimana suasana toko berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan?
- c. Bagaimana pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap kesediaan untuk membayar harga premium pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- d. Bagaimana suasana toko berpengaruh terhadap kesediaan untuk membayar harga premium melalui pengalaman pelanggan sebagai variabel *intervening* pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan?

1.4 Tujuan Penelitian

Merujuk rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh suasana toko terhadap kesediaan untuk membayar harga premium pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan.
- b. Untuk menganalisis pengaruh suasana toko terhadap pengalaman pelanggan pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan.
- c. Untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kesediaan untuk membayar harga premium pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan.
- d. Untuk menganalisis pengaruh suasana toko terhadap kesediaan untuk membayar harga premium melalui pengalaman pelanggan sebagai variabel *intervening* pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang peneliti selesaikan yaitu sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Studi ini diantisipasi memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam ranah perilaku konsumen, khususnya terkait bagaimana *store atmosphere* mempengaruhi *willingness to pay premium* melalui peran mediasi *customer experience*. Melalui pengujian hubungan tersebut menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM), penelitian ini turut memperkuat validitas model teoritis dalam menjelaskan proses psikologis dan perilaku konsumen dalam konteks pembelian produk premium di industri *food and beverage*, terutama *coffee shop*. Secara khusus, penelitian ini memperluas cakupan teori *experiential marketing* dengan menyoroti pengalaman pelanggan sebagai faktor kunci yang menjembatani elemen lingkungan fisik toko dengan nilai yang diberikan konsumen



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terhadap suatu produk. Temuan studi ini pun diantisipasi mampu menambah khazanah pustaka akademik terkait dinamika persepsi konsumen terhadap suasana toko dan pengalaman yang dirasakan, serta pengaruhnya terhadap keputusan untuk membayar harga premium.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Studi ini memberikan keuntungan bagi penyusun untuk memperdalam pemahaman mengenai dinamika sektor kedai kopi di Tanah Air, terutama di wilayah Jakarta Selatan. Melalui proses penelitian ini, peneliti dapat mengaplikasikan konsep teoritis yang telah dipelajari ke dalam konteks bisnis nyata, mengembangkan kemampuan analitis dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, serta memperluas wawasan mengenai strategi pengembangan bisnis di sektor *food and beverage*.

2) Bagi Pelaku Bisnis

Temuan dari studi ini berpotensi dijadikan referensi strategis bagi pelaku bisnis, khususnya dalam merancang dan mengoptimalkan suasana toko yang selaras dengan preferensi dan ekspektasi target konsumen. Temuan mengenai elemen-elemen suasana toko yang paling berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan dan kesediaan membayar harga premium dapat dimanfaatkan untuk mendistribusikan aset secara lebih optimal dan sesuai tujuan. Penelitian ini juga memberikan wawasan praktis mengenai tindakan spesifik yang dapat dilakukan, seperti mengoptimalkan elemen desain interior yang *aesthetic*, pemilihan musik latar yang sesuai dengan suasana merek, serta aroma ruangan yang menciptakan kenyamanan dan kenangan emosional bagi pelanggan. Penerapan elemen-elemen tersebut secara terintegrasi berpotensi menciptakan pengalaman pelanggan yang unik dan bermakna, sehingga tidak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga mendorong pelanggan agar mau memberikan pembayaran dengan nominal lebih besar dibandingkan pesaing.

3) Bagi Mahasiswa

Kajian ini berpotensi dijadikan rujukan yang berharga dalam memahami konsep teoritis dalam konteks bisnis *coffee shop* yang sedang berkembang pesat. Di samping itu, studi ini pun bisa berperan sebagai inspirasi bagi mahasiswa yang berminat mengembangkan usaha di bidang *food and beverage*, dengan memberikan wawasan tentang aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam merancang pengalaman pelanggan yang optimal dan strategi penetapan harga yang efektif.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium dengan Pengalaman Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* pada Konsumen *Coffee Shop* di Jakarta Selatan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dengan analisis data yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa suasana toko memiliki pengaruh signifikan, dan besaran pengaruh lemah terhadap kesiediaan membayar harga premium pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan. Artinya, semakin baik suasana toko yang diciptakan, meliputi desain interior yang estetik, pencahayaan hangat, kenyamanan fisik seperti suhu dan kursi ergonomis, kebersihan, musik yang menenangkan, serta aroma khas kopi. Namun, suasana toko bukanlah faktor penentu utama, sehingga pelaku usaha tetap perlu memperhatikan aspek lain dalam strategi pemasaran *coffee shop* premium seperti, pelayanan yang unggul, branding yang kuat, dan kualitas produk yang konsisten untuk meningkatkan nilai premium secara menyeluruh.
2. Berdasarkan dengan analisis data yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa suasana toko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun suasana toko terlihat menarik dan terasa nyaman, hal tersebut belum cukup untuk membentuk pengalaman yang utuh dan memuaskan. Pengalaman pelanggan lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan seperti keramahan dan responsivitas barista, interaksi personal seperti kemampuan staf mengenali pelanggan tetap dan memberi rekomendasi menu, serta kualitas rasa produk yang konsisten, estetik, dan sesuai dengan preferensi konsumen. Dengan demikian, suasana toko lebih berperan sebagai kesan awal (*first impression*), sementara strategi utama dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan tetap terletak pada pelayanan yang unggul dan inovasi produk yang berkelanjutan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Berdasarkan dengan analisis data yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh signifikan, dan besaran pengaruh sedang terhadap kesediaan membayar harga premium. Artinya, semakin positif dan berkesan pengalaman yang dirasakan konsumen, baik melalui pelayanan yang personal dan ramah, interaksi sosial yang menyenangkan di dalam *coffee shop*, kenyamanan ruang untuk bersantai atau bekerja, hingga keunikan produk seperti *signature drink* atau menu musiman, semakin tinggi juga mereka bersedia membayar harga di atas rata-rata. Oleh karena itu, pengalaman pelanggan menjadi faktor kunci yang mendorong kesediaan membayar harga premium dan harus menjadi prioritas utama dalam strategi bisnis *coffee shop* premium.
4. Berdasarkan dengan analisis data yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa pengalaman pelanggan tidak memediasi secara signifikan hubungan antara suasana toko dan kesediaan membayar harga premium. Artinya, meskipun suasana toko yang menarik dapat memberikan kesan awal yang positif, hal tersebut tidak cukup untuk membuat konsumen bersedia membayar lebih tanpa didukung oleh faktor lain. Oleh karena itu, pelaku usaha tidak bisa hanya mengandalkan elemen visual dan kenyamanan fisik toko, melainkan perlu mengintegrasikan layanan pelanggan yang unggul, kualitas dan rasa produk yang konsisten serta membedakan, serta inovasi menu dan program loyalitas agar mampu menciptakan nilai premium secara menyeluruh dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran berupa saran teoritis dan saran praktis yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

Penelitian ini membahas pengaruh suasana toko dan pengalaman pelanggan terhadap kesediaan membayar harga premium pada konsumen *coffee shop* di Jakarta Selatan, dengan pengalaman pelanggan sebagai variabel *intervening*. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang juga berpotensi mempengaruhi kesediaan

membayar harga premium. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan pendekatan kualitatif atau *mixed methods* untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait motivasi dan persepsi konsumen. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada populasi yang berbeda, seperti konsumen di kota lain atau pada jenis usaha ritel lain, untuk memperluas generalisasi temuan terkait perilaku konsumen dalam membayar harga premium di industri makanan dan minuman.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi Pengelola *Coffee Shop* di Jakarta Selatan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menciptakan pengalaman pelanggan yang menyeluruh merupakan kunci untuk meningkatkan kesediaan konsumen membayar harga premium. Oleh karena itu, pengelola *coffee shop* tidak cukup hanya mengandalkan desain interior atau suasana toko yang nyaman, tetapi juga perlu menjaga kualitas kopi dan layanan secara konsisten. Upaya sederhana seperti pelatihan rutin bagi staf, menjaga kebersihan, serta memperhatikan detail seperti musik latar dan pencahayaan dapat memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, keterlibatan aktif dalam mendengarkan masukan melalui survei atau ulasan online dapat membantu *coffee shop* menyesuaikan layanan dengan kebutuhan pasar secara lebih tepat dan efisien.

2. Bagi Pelaku Industri Makanan dan Minuman (F&B) Lainnya

Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya memperhatikan seluruh aspek pengalaman konsumen, bukan hanya pada produk yang ditawarkan. Menciptakan suasana yang mendukung, pelayanan yang ramah, serta inovasi produk yang relevan dengan tren pasar akan membantu meningkatkan nilai tambah dan loyalitas pelanggan. Pelaku usaha juga perlu adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen, seperti meningkatnya kebutuhan akan tempat yang nyaman untuk bekerja atau bersosialisasi,



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sehingga dapat mempertahankan daya saing di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas objek studi ke wilayah lain atau segmen konsumen yang berbeda agar hasilnya lebih general dan dapat dibandingkan. Penelitian juga dapat mempertimbangkan variabel tambahan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, pendekatan kualitatif atau kombinasi metode dapat digunakan agar dapat menggali lebih dalam motivasi, persepsi, dan preferensi konsumen dalam membayar harga premium di industri *coffee shop* maupun sektor F&B secara luas.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Survey Design: Cross Sectional Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 31-39.
- Agnis, R. A. (2024). Analisis Data Dengan Pendekatan Partial Least Squares (Pls). *Deepublish*.
- Alfaridzi, F. G. M. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Kopi Titik Koma Rawamangun). *Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.
- Alfarisi, W. R. (2024). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Coffee Shop Berg Di Gunung Puntang). *Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia*.
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 249-258.
- Amelia, N., & Kurniawan, R. A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Nilai Persepsi Dan Loyalitas. *Yogyakarta: Deepublish*.
- Amelia, R., & Kurniawan, B. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Persepsi Nilai Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 185-192.
- Andrat, H. H. E. (2024). Mengoptimalkan Interaksi Untuk Membangun Ekuitas Merek Yang Berkelanjutan. *Penerbit Adab*.
- Anjali, P., Nasution, A. P., & Siregar, M. R. (2025). Pengaruh Harga, Suasana Toko, Servicescape Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Alda Grosir Rantauprapat. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1500-1515.
- Arianty, N. (2022). Manajemen Pemasaran Ritel. *Deepublish*.
- Arnipianti, A. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur). *Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Palopo*.
- Aulia Rachma, A., Purwinarti, T., & Mariam, I. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pelaku Umkm Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur). *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*, 19, 235-243.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Awa, C. A., Cortez, J. K., Gultiano, L. E., Jardin, H., & Lagria, D. S. (2024). Conjoint Analysis Of Ambiance Influence On Coffee Shop Preferences Among Gen Z Students In Davao City. *International Journal Of Business And Applied Economics*. <https://doi.org/10.55927/Ijbae.V4i3.140>.
- Azhari, M., Suryana, R., & Handayani, T. (2023). . *Hlm. 105*.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Pertumbuhan Sektor Akomodasi Dan Restoran Tahun 2024. <https://www.bps.go.id/>.
- Budiastuti, D. (2022). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian*.
- Christalia, K., & Djunaid, I. S. (2024). Pengaruh Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Coffee Shop Koplo. *Jiip- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(2), 2001-2007.
- Dewi, A. R., & Kurniawan, F. (2023). Perilaku Konsumen Dalam Lingkungan Ritel Modern. *Yogyakarta: Deepublish*.
- Dewi, Y. K., & Gosal, J. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Gaya Hidup Pada Kesediaan Membayar Harga Premium Produk Wagyu. *Business Management Journal*, 16(2), 129-44.
- Efendi, M. I., & Farida, S. N. (2021). Pengaruh Brand Love Terhadap Brand Loyalty And Willingness To Pay Premium Price (Studi Pada Konsumen Starbucks Di Kota Surabaya). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (Ek&Bi)*, 4(1), 384-392.
- Effriando, M., Irwanto, T., & Kurniawan, K. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Angkringan Pada Selebar Cafe And Resto Kabupaten Lebong. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 3(2), 143-154.
- Elvera. (2021). Statistik Untuk Penelitian Manajemen Dan Bisnis. *Yogyakarta: Deepublish*.
- Fahera, M. W. (2024). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro 88 Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Firmansyah, H., & Dewi, L. N. (2023). Studi Perilaku Konsumen Dan Pengalaman Belanja Di Era Digital. *Bandung: Alfabeta*.
- Firmansyah, R., & Dewi, A. (2023). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Dan Willingness To Pay Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Bisnis*, 11(1), 100-110.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Ghazali, F. D. (2024). Budaya Baru Kaum Muda Di *Coffee Shop* (Studi Kualitatif *Trend Fashion* Sebagai Ruang Komunikasi Di Kawasan Seturan, Yogyakarta). *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2021). Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Good Stats. (2024). Survei Perilaku Konsumen: Frekuensi Kunjungan Ke Coffee Shop. <https://Goodstats.Id>.
- Hafidz, M., Putri, R. S., & Handayani, T. (2023). Statistik Multivariat Dengan Pendekatan Sem-Pls. *Jakarta: Prenada Media Group*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). Multivariate Data Analysis (8th Ed.). *Cengage Learning*.
- Halim, R. (2024). Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu Sosial. *Yogyakarta: Deepublish*.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing Measurement Invariance Of Composites Using Partial Least Squares. *International Marketing Review*, 33(3), 405–431. <https://doi.org/10.1108/Imr-09-2014-0304>.
- Herawati, H. (2021). Pengaruh Customer Experience, Customer Value, Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek. *Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.
- Iga, S. (2023). Pengaruh Atmosfer Toko, Faktor Sosial Dan Emotional Response Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Toko Alat Tulis Push Pin Bandar Lampung). *Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung*.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata. *Anak Hebat Indonesia*.
- Kadang, Y., Kadar, K., & Saleh, A. (2021). Pengembangan Instrumen Persepsi Pasien Kanker Dengan Kemoterapi Terhadap Perilaku Caring Perawat: Pilot Studi. *Jurnal Keperawatan Florence Nightingale*, 4(2), 102-108.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191-204.
- Khairunnas, A., Wijimulawiani, B. S., & Hak, M. B. U. (2025). Analisis Kesiediaan Membayar Pengunjung Untuk Keberlanjutan Pengelolaan Wilayah Pesisir



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pantai Di Kota Mataram Dan Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Ekonomi*, 7(1), 1-11.

Kotler, P. (2021). *Marketing Management (Edisi Ke-15)*. Pearson Education.

Kuncahyo, B. (2025). Pemodelan Persamaan Struktural Untuk Penelitian Perkebunan Kelapa Sawit. *Goresan Pena*.

Lasarudin, A., Sumarsono, T. G., & Natsir, M. (2021). Analisis Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(2), 144-153.

Lathifa, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan Dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Di Bandung). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 55-71.

Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2024). Customer Experience Quality: An Exploration Of Dimensions And Antecedents. *International Journal Of Market Research*, 53(6), 777-795.

Lestari, K. R., Hartati, A., & Putri, D. D. (2022). Analisis Kesiapan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Pembelian Buah Durian Kromo Banyumas Di Desa Alasmalang, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(1), 68-76.

Maulana, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pt. Bintang Prima Premium Dental Laboratories Semarang). *Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Semarang*.

Melina, A. N., & Zulfa, R. H. (2022). Teknik Analisis Data Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial. *Rajawali Pers*.

Munir, A., Fadilah, N., & Syamsudin, H. (2022). Metodologi Penelitian Sosial: Teori Dan Aplikasi Dalam Riset Lapangan. *Deepublish*.

Novita, Y. (2024a). Analisis Pengaruh Lingkungan Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(2), 32-44.

Novita, Y. (2024b). Analisis Pengaruh Lingkungan Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(2), 32-44.

Nugroho, B., & Santoso, H. (2022). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pengalaman Konsumen Dalam Pembelian Praktis. *Jakarta: Rajawali Pers*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Nurdiyana, S., Suryana, N. K., & Mubarak, A. (2024). Identifikasi Indikator Variabel Yang Berpengaruh Dalam Hubungan Antara Karakteristik Penyuluh, Karakteristik Petani, Kinerja Penyuluh Dan Perubahan Perilaku Petani: Identification Of Variable Indicators That Influence Relationship Between Extension Worker. *Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 12(3), 318-329.
- Nuurramadhan, A., Putri, R. S., & Hidayat, M. (2024). Metode Analisis Jalur Dalam Penelitian Manajemen. *Pustaka Akademika*.
- Pariesti, A. M., Kurniawan, A., & Yuliana, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Manajemen. *Bandung: Alfabeta*.
- Pratama, A. P., Halim, P. F. A., Sinaga, M. O., Utomo, W., & Kusuma, R. H. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Dan Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kecamatan Gunung Putri). *In Seminar Nasional Riset Terapan (Vol. 13, No. 01)*.
- Purwinarti, T., Chandra, Y. E. N., Adhliana, B. S., & Yolanda, R. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Umkm Di Kota Depok. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (Sentrinov)*, 8(2), 81–86.
- Putri, C. A., & Arifin, U. (2023). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Podo Tresno Di Jl. Medan-Banda Aceh Pasar 8, 5 Tanjung Beringin Kecamatan Hinai-Langkat. *In Seminar Nasional Peningkatan Mutu Pendidikan (Vol. 4, No. 1, Pp. 5-8)*.
- Rachmawati, A., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Milenial. *Jakarta: Prenada Media Group*.
- Rahmawati, D., & Gunawan, R. (2022). *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium Dengan Pengalaman Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*.
- Ramadhan, A. R., & Utami, S. R. (2021). Analisis Model Struktural Menggunakan Pls-Sem Dalam Penelitian Manajemen. *Yogyakarta: Deepublish*.
- Ristia, N. D., & Marlien, R. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *Yume: Journal Of Management*, 4(3), 1-16.
- Rohimah, M. J. (2022). Pengaruh Brand Image, Product Innovation Dan Hedonic Value Terhadap Willingness To Pay Premium Price. *Jurnal Riset Pemasaran*, 1(1), 16-29.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Romi, A. (2023). *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Rosadi, L. (2024). Pengaruh Promosi, Suasana Toko, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Deni Store Simpang Ajamu. *Doctoral Dissertation, Universitas Labuhanbatu*.
- Samudra, A., Kurniawati, K., & Masnita, Y. (2024). Sistem Teori Stimulus-Respon Dalam Kesesuaian Influencer-Produk Dan Interaksi Media Sosial Untuk Meningkatkan Niat Beli. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 7(2), 100-114.
- Santoso, B. C., Santoso, R. T. P. B., & Santoso, N. C. (2024). Meningkatkan Kesiediaan Membayar Konsumen Melalui Crm Dan Kualitas Pelayanan: Peran Kunci Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 158-164.
- Santoso, H. B. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Online Promotion Dan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening Pada Starbucks Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 15-15.
- Santoso, I., & Wijaya, H. (2023). *Desain Interior Dan Perilaku Pembelian Konsumen Ritel*. Yogyakarta: Deepublish.
- Santoso, R. P., & Irawati, W. (2024). The Influence Of Store Atmosphere, External Stimuli, Product Attributes On Impulse Buying. *Journal Of Humanities And Social Studies*, 2(03), 1271-1281.
- Saraswati, N. P. E., Mukson, M., & Nurfadillah, S. (2023). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Produk Kopi Berlabel Fairtrade Di Berbagai Wilayah Indonesia. *Jsep (Journal Of Social And Agricultural Economics)*, 16(1), 69-80.
- Sari, A. T. (2017). Budaya “Ngopi” Sebagai Gaya Hidup Di Kalangan Remaja Kota Bogor. *Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Jakarta*.
- Sari, Y., Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., Karyani, T., & Wiyono, S. N. (2020). Willingness To Pay Konsumen Beras Organik Dan Faktor-Faktor Yang Berkaitan Dengan Kesiediaan Konsumen Untuk Membayar Lebih. *In Forum Agribisnis: Agribusiness Forum (Vol. 10, No. 1, Pp. 46-57)*.
- Schmitt, B. (2021). *Experiential Marketing: How To Get Customers To Sense, Feel, Think, Act, Relate (2nd Ed.)*. Free Press.
- Septianingrum, H. N. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop. *Bachelor's Thesis, Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiapan Untuk Membayar: Studi Kasus Pada Cv. Arya Mandiri Abadi. *Jbmi (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(3), 238-252.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis Sem-Pls Dengan Warppls 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis. *Penerbit Andi*.
- Siregar, S. (2021). Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Pendidikan. *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Siswanto, A., & Prasetyo, R. (2025). Metode Penelitian Eksplanatori Dalam Ilmu Perilaku Konsumen. *Yogyakarta: Deepublish*.
- Situngkir, T. R. A., & Astuti, S. R. T. (2024). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value Dan User Engagement Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Restoran Cepat Saji Mcdonalds Di Semarang, Jawa Tengah). *Diponegoro Journal Of Management*, 13(3).
- Sofwatillah, M., Nurrahmi, A., & Ramadani, R. (2024). Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Sem-Pls. *Bandung: Alfabeta*.
- Sofya, A., Novita, N. C., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Metode Survey: Explanatory Survey Dan Cross Sectional Dalam Penelitian Kuantitatif. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1696-1708.
- Sofyani, H. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (Pls) Dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80-94.
- Subhaktiyasa, A., Wijaya, R., & Pranata, Y. (2024). Pengantar Statistik Untuk Penelitian Sosial. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Ed. 3). *Bandung: Alfabeta*.
- Suhardi. (2023). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Manajemen. *Deepublish*.
- Sukardi. (2022). Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktik. *Jakarta: Bumi Aksara*.
- Supriadi, E., & Artanti, D. (2025). Statistik Multivariat Untuk Penelitian Ekonomi Dan Bisnis. *Prenada Media Group*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Supriadi, R., & Artanti, D. (2025). Penerapan Partial Least Square Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Dalam Penelitian Sosial. *Jakarta: Prenada Media Group.*
- Syahputra, M., & Widiastuti, S. (2023). *Analisis Peran Pengalaman Pelanggan Dalam Hubungan Antara Store Atmosphere Dan Willingness To Pay.*
- Syahputra, R. A., & Widiastuti, N. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Willingness To Pay Pada Industri Coffee Shop Premium. *Yogyakarta: Deepublish.*
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Journal Of Educational Science And Teaching, 2(1), 160-166.*
- Taqiudin, M. (2025). Content Validity Of Student Perception Instrument On School Educational Management. *Journal Of Practice Learning And Educational Development, 5(1), 93-103.*
- Tupti, R. A., Hidayah, N., & Sari, M. D. (2022). Analisis Model Penelitian Manajemen Menggunakan Smartpls. *Deepublish.*
- Umamy, E., Kristiawan, I., & Efendiy, K. (2024). Membangun Kreativitas: Peran Karakter, Motivasi, Dan Lingkungan Belajar. *Cv. Intelektual Manifes Media.*
- Waruwu, B., Simbolon, D., & Nainggolan, T. (2025). Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu Sosial. *Jakarta: Prenada Media Group.*
- Wicaksono, A. (2022). Metodologi Penelitian: Teori Dan Praktik Untuk Mahasiswa. *Pustaka Pelajar.*
- Wijaya, V. (2020). "Pengaruh *Sensory Marketing* Terhadap *Willingness To Pay A Premium Price* Melalui *Brand Experience* Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Starbucks." *Jurnal Strategi Pemasaran 7.2 (2020): 11-11.*
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh *Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee. *Cakrawala Repository Imwi, 3(1), 11-21.*
- Wong, L. C. J., Thompson, G. R., & Wong, P. T. P. (2020). *The Positive Psychology Of Meaning And Addiction Recovery: Selected Papers From Meaning.*
- Yamini, N. (2024). Metodologi Penelitian Sosial Dan Bisnis: Panduan Praktis Bagi Peneliti Pemula. *Jakarta: Kencana.*
- Yuliani, N., Yuniyanto, A., & Amalia, D. (2024). Inovasi Kewirausahaan Dalam Industri Makanan Melalui Kreativitas Dan Teknologi (Studi Kasus Restoran Avocats). *Jurnal Inovasi Kewirausahaan, 1(1), 6-18.*

Zayrin, A. A., Nopus, H., Maizia, K. K., Marsela, S., Hidayatullah, R., & Harmonedi, H. (2025). Analisis Instrumen Penelitian Pendidikan (Uji Validitas Dan Relibilitas Instrumen Penelitian). *Qosim: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 780-789.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

