

**PENGARUH ATMOSFER TOKO DAN KUALITAS MAKANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Konsumen Lemona Cake and Bakery Padayungan Tasikmalaya)**

Yopi Priyatna¹, M. Aziz Basari², Dwi Putrigarini³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh

azizbasari@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Atmosfer Toko dan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Lemona Cake and Bakery Padayungan Tasikmalaya). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan 1]. Pengaruh atmosfer toko terhadap kepuasan konsumen Lemona Cake and Bakery Padayungan Tasikmalaya; 2]. Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen Lemona Cake and Bakery Padayungan Tasikmalaya; 3]. Pengaruh atmosfer toko dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen Lemona Cake and Bakery Padayungan Tasikmalaya. Metode yang digunakan adalah metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1]. Atmosfer toko dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen; 2]. Kualitas makanan dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen; 3]. Atmosfer toko dan kualitas makanan dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Atmosfer Toko, Kualitas Makanan, dan Kepuasan Konsumen*

Pendahuluan

Puas dan tidak puasnya konsumen diketahui setelah melakukan transaksi, tergantung pada kinerja yang ditawarkan dalam pemenuhan harapan konsumen. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen antara lain, yaitu: suasana toko, kualitas produk, lokasi, harga dan masih banyak lagi faktor-faktor lainnya. Semua hal tersebut harus diperhatikan karena jika tidak maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen itu sendiri. Suasana yang diciptakan oleh perusahaan dengan baik, dimata konsumen akan menunjukkan tingkat keseriusan perusahaan dalam membuat konsumen merasa nyaman, semakin nyaman suasana yang diciptakan akan membuat konsumen merasa puas sehingga konsumen akan mengulang untuk datang melakukan pembelian (Kristiana dan Edwar, 2017:113). Demikian halnya dengan kualitas makanan, bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu kualitas makanan. Kualitas makanan ditinjau dari segi rasa, tampilan, variasi menu, serta suhu. Evirasanti dkk berpendapat bahwa (2016:4350) Rasa makanan yang nikmat, tampilan

makanan yang menambah selera makan, menu restoran yang variatif serta penyajian hidangan pada suhu yang tepat menyebabkan konsumen menjadi puas.

Salah satu toko di Tasikmalaya yang menyediakan beragam jenis kue dan roti yaitu *Lemona Cake and Bakery* Padayungan Tasikmalaya. Toko tersebut menyediakan *cake*, roti, kue basah dan berbagai roti manis lainnya. Pada dasarnya suasana toko, kualitas produk, lokasi dan juga harga merupakan faktor penting dalam menciptakan suasana belanja yang baik. Karena sekarang ini konsumen semakin kritis dalam memilih suatu produk. Munculnya para pelaku bisnis *bakery* saat ini membuat persaingan menjadi semakin ketat, salah satunya di Kota Tasikmalaya. Banyaknya pelaku bisnis *bakery* yang hadir di Kota Tasikmalaya dalam beberapa tahun terakhir ini seperti Bread House, Sun Bread, Saera Bakery, Bread Talk, Bread'Co, Yesika Bakery, Ramona Bakery, Anita Bakery, Roti'O dan merk-merk lain yang semakin beragam membuat persaingan di bidang bisnis tersebut semakin ketat, karena disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan hidangan roti dengan variasi bentuk serta rasa, tekstur, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan, sehingga *Lemona Cake and Bakery* harus mampu bersaing dengan berusaha untuk mendapatkan konsumen baru, dan mempertahankan konsumen dengan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi diantaranya dengan menjaga dan meningkatkan citra di mata konsumen sehingga mereka akan tetap loyal terhadap perusahaan. Persaingan yang cukup ketat dalam bisnis *bakery* membuat setiap perusahaan harus cepat tanggap terhadap perubahan. Perusahaan pun harus menciptakan suasana yang mendukung agar konsumen dapat merasakan kenyamanan pada suatu tempat perbelanjaan. Secara umum kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja ataupun hasil produk dengan harapan konsumen, oleh karena itu kesimpulan terbaik individu mengenai kepuasan konsumen terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa konsumen, mereka menyatakan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen pada saat berbelanja di *Lemona Cake and Bakery* Padayungan Tasikmalaya tidak begitu sesuai dengan harapan yang diinginkan, yang dikarenakan penempatan penyejuk udara yang kurang tepat yang bisa menyebabkan konsumen merasa gerah, tidak semua area di dalam toko dipadati oleh pengunjung, etalase pada kue basah tidak dilengkapi dengan pintu etalase sehingga dapat mengurangi higienitas pada makanan kemudian rasa pada makanan yang biasa saja atau tidak memiliki ciri khas. Apabila kondisi tersebut dibiarkan dan tidak diperhatikan dengan baik

oleh pihak manajemen perusahaan, maka tidak menutup kemungkinan hal ini akan berdampak pada berkurangnya pengunjung dan pada akhirnya akan berdampak pada tingkat pendapatan yang menurun. Dari uraian tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Atmosfer Toko dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada konsumen *Lemona Cake and Bakery* Padayungan Tasikmalaya)”

LANDASAN TEORI

Atmosfer Toko

Suasana toko yang nyaman pasti akan berpengaruh pada kondisi emosi konsumen yang nantinya membuat konsumen jadi bahagia serta membangkitkan kemauan konsumen untuk datang kembali, sebab dengan kenyamanan suasana area toko, pembelian dapat muncul dari penciptaan suasana toko yang baik serta nyaman. Berman dan Evans yang dialih bahasakan Lina Salim (2014:528) mengungkapkan bahwa atmosfer toko meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, panjang barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli. Cox and Brittain dalam Kristiana dan Edwar (2017:114), mendefinisikan ‘Atmosfer toko adalah komponen penting dari sebuah toko atau *cafe* dan bisa memberikan efek sensorik dominan yang diciptakan dari sebuah desain toko atau *cafe*’.

Kualitas Makanan

Kualitas tidak hanya terdapat pada barang atau jasa saja, tetapi juga termasuk pada produk makanan. Konsumen yang datang untuk mencari makanan tentu saja ingin membeli makanan yang berkualitas. Buckwell dalam Ardhianto Dwi Prasetyo dan Sunarti (2020:117) menjelaskan bahwa ‘Kualitas makanan merupakan keseluruhan karakteristik dari makanan dan minuman yang dimana karakteristik tersebut dapat memenuhi harapan konsumen’. Ferre dalam Ardhianto Dwi Prasetyo dan Sunarti (2020:117) menjelaskan bahwa ‘Kualitas makanan adalah seluruh karakteristik atau nilai yang menjadikan produk (makanan dan minuman) tersebut menjadi layak untuk dibeli oleh pembelinya’.

Kepuasan Konsumen

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengenali perpindahan kebutuhan serta kemauan konsumen yang hampir setiap saat berganti. Sangadji, et. al. (2013:180) menjelaskan bahwa “Kepuasan atau

ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan”. Kotler dalam Apri Budianto (2015:32) mengemukakan bahwa ‘Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya’.

Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Adapun variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah atmosfer toko (X_1), kualitas makanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 15.000 orang yang didapat dari rata-rata jumlah konsumen yang melakukan pembelian per bulan dalam enam bulan terakhir, dengan jumlah sampel sebanyak 99 orang. Sampel pada penelitian diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin, tingkat kesalahan yang ditolerir adalah sebesar 10%.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Penelitian tentang atmosfer toko

Atmosfer toko yang nyaman pasti akan berpengaruh pada kondisi emosi konsumen yang nantinya membuat konsumen jadi bahagia serta membangkitkan kemauan konsumen untuk datang kembali, sebab dengan kenyamanan suasana area toko, pembelian dapat muncul dari penciptaan suasana toko yang baik serta nyaman. Berikut ini indikator atmosfer toko menurut Berman dan Evan dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:545), indikator yang mencirikan atmosfer toko, yaitu:

1. Bagian depan toko
2. Bagian dalam toko
3. Tata letak
4. Papan pengumuman

Nilai yang diperoleh dari tanggapan responden tentang atmosfer toko sebesar 3.312. Sehingga dalam tabel klasifikasi penilaian tersebut berada pada interval penilaian 3.168 - 3.960. Skor tertinggi pada skor rata-rata variabel terdapat pada indikator bagian depan toko sebesar 432,5. Sedangkan skor terendah pada skor rata-rata variabel terdapat pada indikator

bagian dalam toko sebesar 405,5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa atmosfer toko berada pada klasifikasi penilaian yang sangat baik.

Penelitian tentang kualitas makanan

Kualitas tidak hanya terdapat pada barang atau jasa saja, tetapi juga termasuk pada produk makanan. Konsumen yang datang untuk mencari makanan tentu saja ingin membeli makanan yang berkualitas. Menurut Essinger dan Wylie dalam Jimmy Sugianto dan Sugiono Sugiharto (2013:3), indikator kualitas makanan dapat diukur melalui:

1. Rasa
2. Kuantitas
3. Variasi
4. Cita Rasa yang Khas
5. Higienitas
6. Inovasi

Nilai yang diperoleh dari tanggapan responden tentang kualitas makanan sebesar 4.852. Sehingga dalam tabel klasifikasi penilaian tersebut berada pada interval penilaian 4.752-5.940. Skor tertinggi pada skor rata-rata variabel terdapat pada indikator variasi sebesar 438,5. Sedangkan skor terendah pada skor rata-rata variabel terdapat pada indikator kuantitas sebesar 372. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan berada pada klasifikasi penilaian yang sangat baik.

Penelitian tentang kepuasan konsumen

Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen tidak akan merasa puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan merasa sangat puas, bahagia, atau pun senang. Adapun indikator kepuasan konsumen menurut Menurut Wilkie dalam Simamora (2016:20), yaitu:

1. Harapan
2. Kinerja
3. Kesesuaian
4. Penegasan
5. Ketidak-sesuaian

Nilai yang diperoleh dari tanggapan responden tentang kepuasan konsumen sebesar 4.030. Sehingga dalam tabel klasifikasi penilaian tersebut berada pada interval penilaian 3.960-4.950. Skor tertinggi pada skor rata-rata variabel terdapat pada indikator

ketidaksesuaian sebesar 419. Sedangkan skor terendah pada skor rata-rata variabel terdapat pada indikator kesesuaian sebesar 385,5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berada pada klasifikasi penilaian yang sangat baik.

Pembahasan

Pengaruh atmosfer toko terhadap kepuasan konsumen

Atmosfer toko memiliki korelasi positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,5223441058 atau 52,23%. Apabila atmosfer toko sudah baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. Karena semakin baik atmosfer toko yang diberikan maka akan berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen itu sendiri. Berdasarkan hasil perhitungan nilai r adalah sebesar $(0,5223441058)^2 = 0,2728433649$, maka koefisien determinasinya $r^2 = 0,2728433649$ atau 27,28% dari kepuasan konsumen dipengaruhi oleh atmosfer toko, sedangkan $100\% - 27,28\% = 72,72\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Diketahui bahwa atmosfer toko mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 6,033 > t_{tabel} sebesar 1,660. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial atmosfer toko mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen

Kualitas makanan memiliki korelasi positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,6601281744 atau 66,01%. Apabila kualitas makanan sudah baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. Karena semakin baik kualitas makanan yang diberikan maka akan berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen itu sendiri. Berdasarkan hasil perhitungan nilai r adalah sebesar $(0,6601281744)^2 = 0,4357692066$, maka koefisien determinasinya $r^2 = 0,4357692066$ atau 43,58% dari kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas makanan, sedangkan $100\% - 43,58\% = 56,42\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Diketahui bahwa kualitas makanan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 8,655 > t_{tabel} sebesar 1,660. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial atmosfer toko mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh atmosfer toko dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa atmosfer toko dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen memiliki hasil uji korelasi 0,692 termasuk dalam kategori kuat

dan mempunyai arah yang positif. Dengan tingkat pengaruh sebesar 47,88% dan sisanya 52,12% dipengaruhi oleh faktor atau variabel yang tidak diteliti. Uji signifikan atmosfer toko dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar $44,086 > F_{tabel}$ sebesar 3,09 artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan yaitu terdapat pengaruh atmosfer toko dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima atau teruji kebenarannya.

Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Atmosfer toko pada *Lemona Cake and Bakery* Padayungan Tasikmalaya termasuk dalam kriteria penilaian baik, hal ini terbukti dari tanggapan responden terhadap masing-masing indikator atmosfer toko. Sehingga terdapat pengaruh atmosfer toko terhadap kepuasan konsumen pada konsumen *Lemona Cake and Bakery* Padayungan Tasikmalaya. Artinya semakin baik atmosfer toko yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka pencapaian kepuasan konsumen dari perusahaan tersebut juga akan semakin baik.
2. Kualitas Makanan pada *Lemona Cake and Bakery* Padayungan Tasikmalaya termasuk dalam kriteria penilaian baik, hal ini terbukti dari tanggapan responden terhadap masing-masing indikator kualitas makanan. Sehingga terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen *Lemona Cake and Bakery* Padayungan Tasikmalaya. Artinya semakin baik kualitas makanan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka pencapaian kepuasan konsumen dari perusahaan tersebut juga akan semakin baik.
3. Atmosfer toko dan kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Lemona Cake and Bakery* Padayungan Tasikmalaya. Artinya semakin baik penerapan atmosfer toko dan kualitas makanan maka pencapaian kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Saran

1. Untuk lebih meningkatkan atmosfer toko pada *Lemona Cake and Bakery* Padayungan Tasikmalaya sebaiknya perusahaan meningkatkan indikator yang nilainya rendah, seperti temperatur suhu udara dan penataan gang yang akan berdampak kepada kepuasan konsumen karena konsumen akan puas dengan bagian dalam toko yang akan

mengundang konsumen untuk betah berkeliling lebih lama dan membelanjakan uangnya lebih banyak.

2. Untuk lebih meningkatkan kualitas makanan pada Lemona Cake and Bakery Padayungan Tasikmalaya sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan dan mengembangkan kualitas makanan dari segi indikator yang memiliki nilai yang rendah seperti dari segi porsi yang harus lebih disesuaikan dan dari segi inovasi bentuk makanan yang disesuaikan dengan selera konsumen sehingga konsumen tidak mudah bosan serta akan mencoba menu baru yang ada di Lemona Cake and Bakery Padayungan Tasikmalaya yang akan berdampak pada kepuasan konsumen akan makanan yang berkualitas.
3. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan untuk dapat menemukan variabel-variabel baru seperti harga, citra merek, promosi dan lain-lain yang dapat menjelaskan kepuasan konsumen sebagai variabel tambahan atau variabel pendukung.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Andi, Radna Wibowo. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Edisi 1. Universitas Semarang
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Edisi 1. Rajawali Pers
- Apriyani, D dan Sunarti. 2020. *Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Tera Coffee & Resto Bekasi*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 78 No. 1 Januari 2020. Diakses 22 Desember 2020
- Azzahra, Shahnaz Shafira. 2019. *Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Food Quality Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Niat Beli Ulang (Suatu Kasus Pada Restoran La Costilla Bandung)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Tidak diterbitkan
- Berman, Berry dan Joel R. Evans. 2014. “*Retail Management*” Dialih bahasakan oleh Lina Salim. Jakarta: Pearson
- Budianto, A. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi 2015. Yogyakarta: Penerbit Ombak
- Choirini, Izzati Mardhotillah. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Universitas Negeri Surabaya. Diakses 23 Desember 2020
- Choung, Sum Chee dan Stevensoon, W. 2015. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Salemba Empat
- Dasuki, Ira dan Wahid Umaimah. 2020. *Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Membangun Brand Awareness Saat Pandemi Covid-19*. PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 1(2), 2020, 47-54. Diakses 28 April 2020
- Devi, S. et. al. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 52 No. 1 November 2017. Diakses 22 Desember 2020
- Dewatara, Gerry dan Agustin, Sari. 2019. *Pemasaran Musik Pada Era Digital Digitalisasi Industri Musik Dalam Industri 4.0 Di Indonesia*. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Volume 18 No. 1, Juni 2019, hlm. 1-10. Diakses 28 April 2020

- Empat. 2020. *Pengaruh Ekspektasi Pelanggan Dan Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Suatu Studi pada PT. Gapuraning Rahayu Ciamis)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. Tidak diterbitkan
- Evirasanti, M. et. al. 2016. *Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Dan Behavioral Intentions (Studi Di Métis Restaurant)*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Diakses 20 Desember 2020
- Fayol, Henry. 2010. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT. Elex Media
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps
- Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasibuan, Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hartono, A dan Wahyono. 2015. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening*. *Management Analysis Journal*, 4 (2). Diakses 22 Maret 2021
- Jualiana, O. 2010. *Masih Relevankah Strategi Marketing Mix Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Diakses 22 Maret 2021
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing*. 12th Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kristiana, M dan Edwar, M. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 01 Nomor 01 Tahun 2017*. Diakses 22 Desember 2020
- Kusumathi, N. et. al. 2019. *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas produk, dan kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio*. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata Vol, 8 No.1, Januari (2019)*. Diakses 29 Desember 2020
- Lily. et. al. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Monopoli Cafe And Resto Soekarno Hatta Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 2 Oktober 2014*. Diakses 22 Desember 2020
- Mulya, N dan Wardhana, A. 2015. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roemah Kopi Bandung*. *E-Proceeding of Management: Vol.2, No.3 Desember 2015*. Diakses 22 Desember 2020

- Nasution, Sepri Haryani. 2019. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. Tidak diterbitkan
- Prasetyo, A dan Sunarti. 2020. *Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tera Coffee & Resto Bekasi*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 78 No. 1 Januari 2020. Diakses 22 Desember 2020
- Pratiwi, Atmi Kurniati. 2012. *Strategi Bauran Pemasaran Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) Di Kabupaten Kulon Progo Tahun 2011*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak diterbitkan
- Robbins, S dan Coulter, M. 2010. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Robbins, S dan Coulter, M. 2012. *Management. Eleventh Edition*. (United State Of America: Pearson Education Limited)
- Sangadji. et. al. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya
- Simamora, Vivin Juniati. *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek. (Studi Kasus pada Konsumen The Body Ambarukmo Plaza Yogyakarta)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Tidak diterbitkan.
- Stoner, James A.F. 2012. *Manajemen*. Prentice-Hall
- Subkhi, A. dan Jauhar, M. 2013. *Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi
- Sugianto, J dan Sugiharto, S. 2013. *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Diakses 23 Desember 2020
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhardi. 2018. *Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gaya Media

- Suharsaputra, Uhar. 2010. *Administrasi pendidikan*. Bandung: Refika Aditama
- Suhelayanti. *et. al.* 2020. *Manajemen Pendidikan*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Suhir, M. *et. al.* 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal administrasi bisnis*. Vol 8 (1). 1-10. Diakses 23 Desember 2020
- Sumartini, L dan Tias, D. 2019. *Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja*. *Jurnal E-BIS* Vol. 3 NO. 2. Diakses 22 Desember 2020
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tambajong, Gerald. 2013. *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado*. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1291-1301. Diakses 20 Desember 2020
- Tisnawati, E dan Saefullah, K. 2017. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Edisi 1. Kencana
- Tjiptono dan Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Utami dan Widya. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Permana, M. V. 2013. *Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4 (2). Diakses 22 Maret 2021
- Wijaya, Willy. 2017. *Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan konsumen Di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya*. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*. Diakses 20 Desember 2020
- Wiyani, Novan Ardi. 2012. *Manajemen Pendidikan Karakter; Konsep dan Implementasinya di Sekolah*. Yogyakarta: PT Pustaka Insan Madani