

Pengaruh Ketersediaan Variasi Menu dan *Atmosphere Café* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Babah Coffee & Kitchen

Sri Lestary

Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan,
Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia
Email: lestarysri0302@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketersediaan variasi menu dan *atmosphere café* terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen. Jenis penelitian kuantitatif dengan teknik penentuan sampel yakni *incidental sampling*. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden. Pengolahan data menggunakan program *SPSS 25.0 for windows*, diperoleh $r = 0,343$ dimana ketersediaan variasi menu dan *atmosphere café* memiliki hubungan dan kontribusinya sebesar 34,3% terhadap kepuasan pelanggan pada Babah Coffee & Kitchen, sisanya 65,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar pada penelitian ini. Hasil uji t disimpulkan bahwa kedua variabel bebas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen. Hal ini didukung juga oleh uji ANOVA atau uji f, dimana diperoleh nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel yaitu $25,307 > (3,09)$, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara ketersediaan variasi menu dan *atmosphere café* secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Ketersediaan Variasi Menu, Atmosphere Café, Kepuasan Pelanggan

Abstarct

This research aims to determine the effect of the availability of menu variations and café atmosphere on customer satisfaction at Babah Coffee & Kitchen. This type of quantitative research uses a sampling technique, namely incidental sampling. The data collection technique is through distributing questionnaires to 100 respondents. Data processing using the SPSS 25.0 for Windows program, obtained $r = 0.343$ where the availability of menu variations and café atmosphere has a relationship and contribution of 34.3% to customer satisfaction at Babah Coffee & Kitchen, the remaining 65.7% is influenced by other variables outside of the research This. The results of the t test concluded that the two independent variables partially had a positive and significant effect on customer satisfaction at Babah Coffee & Kitchen. This is also supported by the ANOVA test or f test, where the F-count value is greater than the F-table, namely $25.307 > (3.09)$, so it can be concluded that there is a significant influence between the availability of menu variations and the café atmosphere together. the same as customer satisfaction.

Keywords: Availability of Menu Variations, Café Atmosphere, Customer Satisfaction



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Di era modernisasi saat ini setiap pengusaha harus mampu bersaing dalam dunia bisnis dan bertahan melawan para pesaing. Maka dari itu seorang pengusaha harus pandai menentukan strategi dalam menarik perhatian dan menjadi pilihan konsumen. Salah satu peluang bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang penyedia makanan dan minuman. Usaha akomodasi dan penyediaan makan minum mencakup jenis usaha restoran, rumah makan, jasa boga (katering), pusat penjualan makanan (food court), *Cafe* dan lain-lain (Meika, dkk. 2021). Pesatnya perkembangan kegiatan usaha yang menyebabkan pelaku usaha bersaing dalam

mendapatkan keuntungan. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha menyadari untuk mengeksploitasi aset-aset yang dimiliki demi memaksimalkan kinerja perusahaan demi meningkatkan keuntungan yang kompetitif. Bisnis yang berkembang dengan pesat akhir-akhir ini adalah di bidang kuliner. Hal ini ditandai dengan banyaknya jenis *café* yang didirikan. Para pelaku usaha terlebih *café* tidak boleh hanya berfokus pada keuntungan laba semata. Akan tetapi para pelaku usaha harus melek akan perubahan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pelanggan. Kualitas pelayanan yang bagus, harga dan cita rasa makanan yang disediakan kini tidak lagi menjadi satu-satunya menjadi bahan pertimbangan yang diperhatikan oleh konsumen. Tersedianya variasi menu yang unik dan *atmosphere* (suasana) menjadi faktor penting bagi konsumen di era sekarang, dikarenakan bagi konsumen pergi ke sebuah *café* tidak hanya berniat untuk sekedar mencicipi makanan yang dipesan, akan tetapi juga sebagai tempat untuk menghabiskan waktu bersama keluarga maupun teman, sehingga butuh kenyamanan selama berada di *café* tersebut. Suasana yang nyaman dan santai menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum menetapkan untuk datang atau mengunjungi suatu tempat (Meldarianda, 2010).

Bisnis *Café* di Indonesia tidak hanya berkembang pesat di kota-kota besar akan tetapi juga sudah mulai merambat ke kota-kota kecil, terdapat banyak *café* dengan berbagai konsep dan ide-ide menarik yang dapat menarik perhatian pelanggan dari berbagai kalangan. Seperti di Tanjungbalai salah satu kota kecil yang mengalami perkembangan pesat dalam bidang usaha kuliner dan *café*, banyak sekali *café* yang sedang menjamur di Tanjungbalai dengan mengusung konsep masing-masing dan berlomba untuk menarik perhatian para konsumen agar menjadi pilihan bagi konsumen. Salah satunya adalah Babah Coffee & Kitchen yang juga terletak di pusat kota Tanjungbalai yaitu yang beralamat di Jl. Jendral Sudirman, Karya, Tanjungbalai Selatan, Kota Tanjungbalai, Sumatera Utara, Indonesia. Babah Coffee & Kitchen harus dapat menentukan strategi yang tepat untuk dapat bertahan ditengah persaingan dan dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam menjalankan strateginya Babah Coffee & Kitchen akan mengalami kegagalan apabila tanpa didukung oleh pelanggan, karena jika konsumen merasa tidak puas maka ada kemungkinan konsumen beralih ke *café* yang dapat memberikan efek kepuasan pelanggan yang diinginkan. Oleh karena itu Babah Coffee & Kitchen tidak hanya harus memperhatikan kualitas pelayanan akan tetapi juga harus memiliki strategi dalam menyediakan variasi menu yang beragam dan membuat *atmosphere café* yang dapat memuaskan pelanggan.

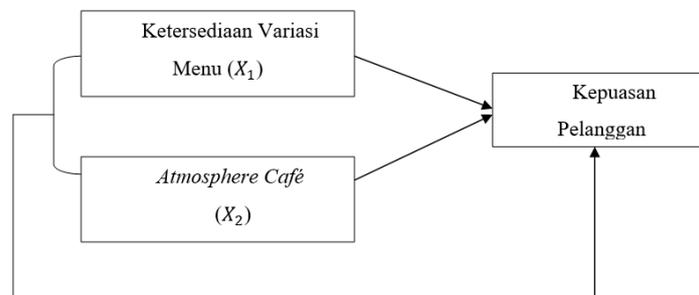
Kajian Pustaka

Variasi menu merupakan varian makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner, yang memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan. Variasi menu juga dibedakan berdasarkan resep masakan, cara pengolahan, bahan makanan, sampai dengan jenis makanan dalam suatu hidangan. Keragaman menu adalah mulai dari rasa, ukuran, juga kualitas serta ketersediaan produk tersebut (Ali et al., 2013) Variasi menu biasanya digunakan seorang pemilik usaha untuk menarik pelanggan dengan memanfaatkan fleksibilitas menu dalam persaingan antar pengusaha lain. Menurut John H. I dan Maria J. T (2011), indikator variasi menu adalah: Jenis pilihan menu untuk minuman dan makanan; Rasa makanan dan minuman; Presentasi makanan dan minuman; Ukuran porsi makanan dan minuman. Menurut Kotler (2017), berpendapat "atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli". Atmosfer dalam sebuah toko dapat mempengaruhi perasaan konsumen sehingga dapat menyebabkan terjadinya proses pembelian. Suasana toko merupakan suatu faktor penting bagi pemilik untuk dapat membuat konsumen merasa tertarik untuk datang berkunjung.

Maka penulis mengambil kesimpulan bahwa *Café Atmosphere* adalah sebuah suasana disuatu lingkungan yang ditata dengan sengaja untuk dapat menarik perhatian konsumen, mulai dari visual, warna, pengaturan cahaya, musik bahkan aroma dilingkungan tersebut, yang nantinya diharapkan dapat menimbulkan perasaan nyaman bagi orang yang berada ditempat tersebut.

Menurut Alfin dan Nurdin (2017), *Store atmosphere* dapat diklasifikasikan menjadi dua dimensi, yaitu *InStore atmosphere* dan *OutStore atmosphere*. *Instore atmosphere* adalah pengaturan-pengaturan di dalam ruangan dengan indikator yaitu: Internal layout; Suara; Bau; Tekstur; Desain interior. *OutStore atmosphere* adalah pengaturan di luar ruangan dengan indikator, yaitu: *Eksternal layout* dan *Desain eksterior*. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan berupa perasaan atau penilaian tentang pe- H_1 naan suatu produk dimana harapan dan kebutuhannya sudah terpenuhi (Ayuningtyas et al., 2023). Sedangkan menurut Tjiptono (2017:45) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan mengenai H_2 penilaian mereka terhadap produk maupun pelayanan yang didapatkan, jika sesuai \cup in ekspektasi mereka maka akan menghasilkan perasaan puas dan jika berbanding terbalik maka akan menimbulkan kekecewaan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan tiga indikator sebagai berikut (Olivia Dela Meinalti et al., 2021): Perasaan kepuasan; Tingkat kepatuhan; Pemenuhan harapan pelanggan. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari(2019:92)adalah: Kesesuaian harapan; Minat berkunjung kembali; Kesiediaan merekomendasikan.

KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS



H1: Ketersedian variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen

H2: *Atmosphere Café* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen

H3: Ketersedian variasi menu dan *Atmosphere Café* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dan kausal. Dikatakan kausal karena penlitian ini menganalisa hubunga yang bersifat sebab akibat mempengaruhi dan dipengaruhi antara satu variabel dengan variabel lain.

1. Populasi dan Sampel. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitan adalah seluruh pelanggan Babah Coffee & Kitchen. Penelitian ini menggunakan metode incidental sampling, jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden. Diharapkan dengan jumlah ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh ketersediaan variasi

menu dan *atmosphere café* terhadap kepuasan pelanggan. Penyebaran kuesioner dilakukan di Babah Coffee & Kitchen pada tanggal 27 Mei 2024 sampai dengan 10 Juni 2024.

2. Uji Validitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner. Dengan adanya uji validitas, maka dapat diketahui apakah suatu pertanyaan benar-benar dapat mengukur sesuatu yang akan diukur (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015).
3. Uji Reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Umar, 2003).
4. Uji Normalitas. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data dalam penelitian ini normal jika probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05.
5. Uji Heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara menafsirkan ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat pola gambar scatterplot model (Latan, 2013:66).
6. Uji Multikolinieritas. Menurut Ghozali (2016) pada pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas.
7. Regresi Linear Berganda. Untuk mendapati pengaruh variabel independet (X1 dan X2) terhadap variabel dependent (Y) maka digunakan analisis regresi linear berganda.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
a = Konstanta
X1 = Rating
X2 = Online Customer Review
 β_1, β_2 = Koefisien Regresi
e = Standar Error

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

1. Uji Parsial (Uji t). Uji-t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghazali, 2013:49).
2. Uji Simultan (Uji F). Pada dasarnya memerlihatkan bagaimana setiap variabel independen atau bebas dalam model berdampak pada variabel dependen atau terikat secara keseluruhan (Ghozali, 2016: 98).
3. Uji Koefisien Determinan (R²). Penelitian ini menggunakan analisis koefisien determinasi, dengan tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Identifikasi responden pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung Babah Coffee & Kitchen yang berusia 15-46 tahun.

1. Uji Validitas. Melalui hasil uji validitas 30 responden, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang menyusun variabel adalah valid karena nilai *Pearson correlation* dari masing masing pernyataan yang terdapat pada kuesioner lebih besar dari r tabel yaitu 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas. Melalui hasil uji reliabilitas 30 responden, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang menyusun variabel bersifat reliabel karena nilai cronbach alpha dari masing-masing pernyataan yang terdapat pada kuesioner lebih besar dari 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.
3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.10344727
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.067
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan data diatas bahwa nilai *nilai asymp. sig. (2-tailed)* yang didapati ialah diatas 0,05 yakni 0,177 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal dan menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji Moltikolaritas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.149	2.674		.056	.956		
	Ketersediaan Variasi Menu	.269	.072	.371	3.747	.000	.692	1.444
	Atmosphere Cafe	.140	.047	.292	2.955	.004	.692	1.444
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

Dari tabel diatas diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,692 yang dimana $0,692 > 0,10$ sehingga dapat dikatakan bahwa model ini tidak terjadi multikolaritas. Selain itu dapat dilihat dari hasil nilai VIF sebesar 1,444 yang dimana $1,444 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini tidak terjadi multikolaritas.

5. Uji Heterokedastisitas. Dari grafik Scatterplot dengan pola titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol dan tidak mengumpul pada suatu titik. Penyebaran juga tidak membentuk suatu pola, sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi penelitian ini tidak mengalami permasalahan heterokedastisitas.

Anilisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.149	2.674		.056	.956
	Ketersediaan Variasi Menu	.269	.072	.371	3.747	.000
	Atmosphere Cafe	.140	.047	.292	2.955	.004
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Dari persamaan yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh ketersediaan variasi menu dan *atmosphere café* terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen.

6. Uji Parsial (Uji T). Analisis uji t untuk masing-masing variabel independent atau bebas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai t_{hitung} variabel X1 (Ketersediaan Variasi Menu) adalah sebesar $3,747 > t_{tabel}$ sebesar 1,660 dan signifikansi variabel Ketersediaan Variasi Menu $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya adalah hipotesis dapat diterima yakni “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Ketersediaan Variasi Menu secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Babah Coffee & Kitchen”
- b. Nilai t_{hitung} variabel X2 (*Atmosphere Café*) adalah sebesar $2,955 > t_{tabel}$ sebesar 1,660 dan signifikansi variabel *Atmosphere Café* adalah $0,004 < 0,05$. Kesimpulannya adalah hipotesis dapat diterima yakni “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *Atmosphere Café* secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Babah Coffee & Kitchen”.

7. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	184.671	2	92.335	25.307	.000 ^b
	Residual	353.919	97	3.649		
	Total	538.590	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Atmosphere Cafe, Ketersediaan Variasi Menu						

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 25,307 dan nilai signifikan adalah 0,000 hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $25,307 > 3,09$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, dimana secara bersama sama “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Ketersediaan Variasi Menu dan *Atmosphere Café* terhadap Kepuasan Pelanggan di Babah Coffee & Kitchen”.

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.586 ^a	.343	.329	1.910
a. Predictors: (Constant), Atmosphere Cafe, Ketersediaan Variasi Menu				

Pada hasil tersebut dapat diketahui bahwa koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah nilai R square sebesar 0,343. Besarnya nilai koefisien 0,343 sama dengan 34,3%. Nilai tersebut berarti bahwa variabel Ketersediaan Ketersediaan Variasi Menu (X1) dan *Atmosphere Café* (X2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 34,3% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh ketersediaan variasi menu dan *atmosphere café* terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ketersediaan variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen. Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti kebenarannya.
2. *Atmosphere café* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen. Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis kedua diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Ketersediaan variasi menu dan *atmosphere café* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen. Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis ketiga diterima dan terbukti kebenarannya.

Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat penulis berikan, yaitu:

1. Bagi Pihak Café
 - a. Untuk Babah Coffee & Kitchen dapat membuat tanda atau tulisan pada menu mana saja yang tidak tersedia sehinggal konsumen tidak merasa kecewa ketika sudah ingin memesan menu tersebut namun tidak tersedia. Hal ini juga sebagai bentuk komunikasi kepada para konsumen.
 - b. Babah Coffee & Kitchen juga diharapkan mampu terus meningkatkan variasi menu yang disediakan terutama dalam ukuran porsi makanan dan minuman, sehingga memudahkan konsumen dalam memilih porsi yang sesuai dengan selera masing-masing. Hal ini tentu menambah nilai positif bagi pihak *café* sehingga tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
 - c. Selain itu, Babah Coffee & Kitchen juga diharapkan mampu menciptakan suasana atau *atmosphere café* yang menyenangkan serta nyaman bagi para pelanggan sehingga konsumen terus memilih *café* ini sebagai tempat menghabiskan waktu bersama keluarga maupun teman.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya dapat mencari variabel-variabel lain diluar dari ketersediaan variasi menu dan *atmosphere café* terhadap kepuasan pelanggan di Babah Coffee & Kitchen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, Zulkifli, dan Cut Yusnidar.2023. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Tekstil Mulia Tex Beureunuen Kabupaten Pidie*. Universitas Jabal Ghafur, Vol 1, No.1
- Adnan. 2020. *Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe)*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh
- Elia, Ferdinand dan Yustina Maro.2022.*Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Suasana Tempat Terhadapkepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Celyn Kafe Kabupaten Alor*. Fakultas Ekonomi, Universitas Tribuana Kalabahi, Alor, NTT
- Emiliana, Sugeng, Hidayat.2023. *Pengaruh Store Atmosphere, Lifestyle, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*.Universitas Islam Syekh Yusuf. Vol 29,No. 1
- Faries, Khuzaini, Imam.2019. *Effect Of Service Quality, Price And Store Atmosphere On Customer Satisfaction (Study On Cangkir Coffee Shop In Surabaya)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
- Febila, Renny.2021. *Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan*

- Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya*. Universitas Negeri Surabaya, Vol 5, No. 1
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro:49.
- Hidayat, M. S. (2020). *Pengaruh Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Dreamblack Coffee Mojokerto*. Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management, 3(2), 173–186.
- Karya, Huznul. (2019). *Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Upnormal Di Kota Makassar*. Skripsi Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia.
- Kojongian, A. S. C., Tumbel, T. M., Walangitan, O., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.Id Pada Media Sosial Instagram* (Vol. 3, Issue 2).
- Kotler, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, Dewi, dkk. 2014, “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 14, No. 2.
- Lestari, A., & Faizin, M. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Warunk Upnormal Cabang Gresik)*. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen “Gema Ekonomi,” 9(1), 85–97.
- Meika, Arifin M.H, dan Maryono. 2021. *Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin*.
- Meilaty, Fintahiasari. 2020. *Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Department Of Management, Faculty Of Economic And Business, Universitas Muhammadiyah Bengkulu
- Nazir, Mohammad. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Novendra H, D., Verinita, & Masykura, I. (2019). *The Effect of Store Atmosphere on Revisit Intention that is in Mediation by Customer Satisfaction (Survey on Padang Bioderm Clinic Consumer)*. International Journal of Innovative Science and Research Technology, 4(4).
- Omar, Taghreed, Haitham, Rami. 2018. *The Impact of Menus on the Customer Satisfaction in Restaurants Classified in Aqaba Special Economic Zone Authority (ASEZA)*. School of Business, Western Sydney University, Australia
- Putri, Lily Harlina, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati. 2014. “*Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan*” e-Journal Universitas Brawijaya Jurusan Administrasi Bisnis, Vol. 15. Diakses 1 Mei 2016.
- Rico, Siti Maryam, dan Sri Hartono. 2021. *Kepuasan Pelanggan DiTinjau Dari Store Atmosphere, Variasi Menu, Dan Pelayanan pada Coffee Shop Kapal Karanganya*. Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta.
- Rofi’ah, M. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Navila Cafe*. Journal of Business and Innovation Management, 2(2), 233– 245.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tanjung, A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Waroeng Debox*. 5(3). <https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i2.980>
- Wahyudi, Muhammad. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepruk*. Skripsi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah.