

## **PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DE CLASSE GELATO AND COFFEE BLITAR**

Salsabila Novadanti Prayogo<sup>1</sup>

Achmad Zaini<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

<sup>1</sup>[salsabilanovadanti8@gmail.com](mailto:salsabilanovadanti8@gmail.com)

<sup>2</sup>[zeinpoltek@yahoo.com](mailto:zeinpoltek@yahoo.com)

### Abstrak

Bisnis *coffee shop* saat ini semakin berkembang pesat ditandai dengan banyaknya pelaku bisnis yang mulai membangun *coffee shop* di setiap daerah seperti di Kota Blitar. Pelaku bisnis membangun *coffee shop* dengan memperhatikan beberapa faktor untuk menumbuhkan rasa kepuasan pelanggan. Salah satu faktor yang dipertimbangkan adalah *store atmosphere* dan keragaman produk pada sebuah *coffee shop*. Pelaku bisnis didorong untuk selalu berfikir inovatif dan lebih kreatif untuk menetapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan pelanggan dan memenangkan persaingan bisnis ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan De Classe Gelato and *Coffee* Blitar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan De Classe Gelato and *Coffee* Blitar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menggunakan teknik pengumpulan data dengan membagi kuesioer kepada 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* dan keragaman produk merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di De Classe Gelato and *Coffee* Blitar.

Kata kunci: *store atmosphere*, keragaman produk, kepuasan pelanggan

### Abstract

*The coffee shop business is currently growing rapidly, marked by the number of business people starting to build coffee shops in every area, such as in Blitar City. Businessmen build coffee shops by taking into account several factors that aim at customer satisfaction. Among the factors considered are the store atmosphere and the variety of products in a coffee shop. Businessesmen should think innovatively and be more creative in order to develop the right strategy for retaining customers and win the competition. This study aims to determine and analyze the effect of store atmosphere and product diversity on consumer satisfaction at De Classe Gelato and Coffee Blitar.*

*This study aims to determine and analyze the effect of store atmosphere and product diversity on consumer satisfaction at De Classe Gelato and Coffee Blitar. This research is quantitative research. This study uses data collection techniques by distributing questionnaires to 100 respondents with the purposive sampling technique; also used multiple linear regression analysis and hypothesis testing.*

*Based on the research that has been done, it can be concluded that store atmosphere and product diversity affect customer satisfaction at De Classe Gelato and Coffee Blitar.*

Keywords: *store atmosphere, product diversity, customer satisfaction*

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Sektor ekonomi telah mengalami beberapa modifikasi yang mempengaruhi bisnis. Para pebisnis mulai mempertimbangkan dan mendirikan *cafe shop* yang merupakan usaha kuliner. Bisnis *cafe shop* adalah fenomena baru dalam kurung waktu 5 tahun terakhir. Dalam banyak hal *cafe* mampu menghadirkan karakter anak muda yang nantinya bisa membentuk budaya baru. Fenomena ini tak lepas dari pengaruh budaya pop seperti film-film yang berlatar *cafe*. Bertambahnya jumlah *cafe shop* tentunya mengakibatkan persaingan bisnis yang tinggi. Para pelaku bisnis *cafe shop* wajib mempertimbangkan hal-hal penting yang akan berdampak kepada kepuasan pelanggan setelah datang berkunjung ke *cafe shop* mereka. Faktor-faktor seperti suasana toko dan keragaman produk adalah alat bagi pelanggan untuk mengukur tingkat kepuasan mereka setelah mengunjungi sebuah *cafe*. Suasana toko dan keberagaman produk adalah sebuah strategi pelaku usaha untuk membuat pelanggan merasa puas setelah mengunjungi tempat tersebut. *Store atmosphere* memiliki pengaruh dalam menciptakan rasa nyaman dan aman bagi setiap pelanggan yang berkunjung ke *cafe* baik untuk makan maupun bersantai dengan hanya membeli segelas minuman kesukaannya. Beragam produk yang disediakan *cafe* membuat pelanggan memiliki banyak pilihan produk untuk dibeli dan dinikmati sesuai keinginannya.

Di Jawa Timur tepatnya di Kota Blitar ada salah satu *cafe shop* yang mempertimbangkan faktor tersebut yaitu De Classe Gelato and *Coffee* Blitar. Suasana toko pada *cafe* ini dinilai menarik dari pelanggan, dan membuat mereka nyaman saat mengunjungi tempat ini. Setiap sudut ruangan *cafe* mempunyai nilai estetika yang saat ini sering digunakan oleh para pelanggan guna memotret gambar dan mengupload ke internet. De Classe Gelato and *Coffee* Blitar memiliki keberagaman produk yang cukup lengkap, baik produk makanan maupun minuman. Ada salah satu produk yang sangat diminati pelanggan yaitu es cream gelato. De Classe Gelato and *Coffee* Blitar merupakan satu-satunya kedai kopi di Kota Blitar yang memiliki menu es krim gelato dan memiliki lebih dari 30 varian rasa es cream.

Konsumen senang tentu melaksanakan *repeat order* bahkan bisa membuat sarana promosi bagi pelaku bisnis jika pelanggan

membicarakannya dengan orang disekitarnya mengenai kepuasan dirasakan setelah mengunjungi *cafe*. Dengan munculnya *cafe-cafe* baru ini akan memberikan lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan. Hal lain yang bisa dilihat dari fenomena ini adalah budaya baru dari masyarakat yang selalu mengunggah aktivitas di platform media sosial.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian yaitu memastikan apakah suasana toko dan keragaman produk yang telah diadakan oleh *cafe* ini memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Dengan demikian peneliti memilih judul "Pengaruh *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di De Classe Gelato And *Coffee* Blitar".

### 1.2 Rumusan Masalah

Apa variabel *store atmosphere* dan keragaman produk berakibat secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan di De Classe Gelato and *Coffee* Blitar?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berguna memastikan dan menganalisis akibat dari suasana toko dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di De Classe Gelato and *Coffee* Blitar.

## 2 Kajian Pustaka

### 2.1. Kajian Empiris

*Store atmosphere* maupun *service quality* berdampak selaku simultan kepada kepuasan pelanggan, seperti yang diungkapkan oleh Kristiana (2017). Menurut Febriani & Fadili (2021) kombinasi suasana toko dan kualitas produk juga berkontribusi secara simultan kepada kepuasan pelanggan. Akbar & Madiawati (2019) mengatakan kalau *store atmosphere* dan *service quality* mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Menurut Wardhani & Dwijayanti (2021) *store atmosphere* dan keragaman produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Rismawati & Hasbi (2020) kepuasan pelanggan secara keseluruhan diakibatkan oleh suasana toko dan keragaman produk.

### 2.2. Kajian Teori

#### 2.2.1. *Store Atmosphere*

"Suasana toko yaitu perpaduan antara karakteristik tampilan toko meliputi desain, peletakkan meja kursi dan barang, cahaya ruangan, pajangan, warna, suhu, musik, aroma" menurut Utami (2017:322).

#### 2.2.2. Keragaman Produk

“Keberagaman produk yaitu jumlah total produk dan barang yang dapat disediakan untuk umum dan kemudian dijual oleh penjual” menurut Sarjita dalam Satria (2020:590).

### 2.2.3. Kepuasan Pelanggan

“Kepuasan pelanggan yaitu perasaan sedih atau gembira yang dirasakan oleh tiap orang dalam pengandaian kesan yang dibagikan oleh pelanggan mengenai tingkat kerja produk dan jasa rill beserta kinerja yang sesuai dengan harapan” menurut Sangadji dalam Ismail & Yusuf (2021:415).

## 2.3. Hubungan Antar Variabel

### 2.3.1. Hubungan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hal ini didukung oleh fakta berdasarkan Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017:210) menjelaskan “Suasana toko yaitu sebuah faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana keadaan sekitar ialah hal penunjang dalam suatu perusahaan. Ketika suatu perusahaan mengagumkan dengan demikian pelanggan mendapat kesenangan pribadi. Inti penelitian pada faktor suasana mencakup revolusi, udara, nyaman dan aman”.

### 2.3.2. Hubungan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017:209) menjelaskan bahwa “Memiliki variabel yang mengakibatkan kepuasan pelanggan yakni salah satunya persediaan produk. Fasilitas produk yang bagus mencukupi keinginan juga harapan pelanggan. Fasilitas produk ini antara lain: Macam produk, nilai produk dan keberagaman produk. Apabila keragaman produk yang dibuat bagus, maka pelanggan merasa puas”.

### 2.3.3 Hubungan *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

“Hal-hal yang mengakibatkan kepuasan pelanggan yakni suasana toko dan produk”. Berdasarkan Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017:209-210). Dimana suasana toko adalah faktor pendukung dari perusahaan untuk menarik pelanggan. Sementara itu produk yang mempunyai keragaman, macam, nilai dan kualitas yang bagus dapat mencukupi berbagai preferensi pelanggan dan memberi mereka kepuasan yang lengkap.

## 3 Metodologi Penelitian

### 3.1 Jenis Penelitian

Metode deskriptif kuantitatif dipakai pada penelitian ini. Tujuannya ialah mencari tahu dan

membedah hubungan antara suasana toko dan keberagaman produk serta dampaknya kepada kepuasan pelanggan.

### 3.2 Populasi

Dalam penelitian ini populasi akan menggunakan jumlah pelanggan De Classe Gelato and *Coffee* Blitar antara bulan Desember 2021 sebanyak 7.365 dan Januari 2022 sebanyak 4.098. Sehingga total keseluruhan banyaknya pengunjung ialah 11.463 orang. Maka rata-rata pengunjung perbulan yakni 5.731 orang, jumlah konsumen tersebut akan dijadikan perkiraan populasi pada penelitian ini.

### 3.3 Sampel

Didasarkan pada hitungan terkecil penentuan sampel dengan memakai rumus Slovin lalu ditentukan banyak sampel yang digunakan adalah 100 orang sebagai relawan.

### 3.4 Teknik Sampling

Analisa ini memakai metode *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling purposive*, yakni cara pemilihan sampel dengan peninjauan tertentu. Kriteria sampel pada analisa ini ialah pelanggan yang membeli produk pada saat peneliti membagikan kuesioner di De Classe Gelato and *Coffee* Blitar dan berusia 17 hingga 50 tahun. Ketentuan pemilihan sampel tersebut dikarenakan pelanggan De Classe Gelato and *Coffee* Blitar yang berusia 17 hingga 50 tahun dianggap mampu memahami kosa kata yang ada pada kuesioner dan mampu mengekspresikan perasaannya, serta pada rentan usia tersebut masih paham akan teknologi, diharapkan dapat menjawab semua enigma yang diberikan dari peneliti.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Menurut Levy dan Weits dalam Utami (2017:63-64) terdapat 7 indikator *store atmosphere* yaitu 1) Desain toko dengan item kesan, positif, fleksibel, nilai, 2) tata letak toko dengan item tidak rumit dan menarik, 3) komunikasi visual dengan item citra toko, informasi, memudahkan konsumen, bersih, update, menarik, 4) penerangan dengan item tidak berlebihan, lampu sorot, tepat, 5) warna dengan item tepat, disesuaikan, 6) musik dengan item nyaman, meningkatkan mood, 7) aroma dengan item netral, segar.

Variabel kedua menurut Safitri dkk dalam Gunawan (2022:23) terdapat 3 indikator keragaman produk yaitu 1) kelengkapan produk dengan item banyaknya kategori, bermacam tipe produk, 2) variasi ukuran produk dengan item bentuk produk, model produk, struktur produk,

3) variasi kualitas produk dengan item pengemasan produk, label produk, daya tahan produk.

Variabel ketiga menurut Tjiptono (2014:368) menyebutkan 6 parameter kepuasan pelanggan, meliputi 1) semua kepuasan konsumen dengan item puas, pelayanan spesifik, 2) dimensi kepuasan pelanggan dengan item keramahan staf, fasilitas layanan, 3) konfirmasi harapan dengan item kinerja, sesuai harapan, 4) niat beli ulang dengan item behavioral/kebiasaan, berbelanja, 5) kesediaan untuk merekomendasikan dengan item rekomendasi kepada teman, rekomendasi kepada keluarga, 6) ketidakpuasan pelanggan dengan item retur, complain.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Pada analisa ini wawancara, kuesioner, observasi dipakai sebagai teknik penyatuan data.

### 3.7 Metode Analisis

Memanfaatkan aplikasi *SPSS 25 for windows* untuk analisis data.

#### 3.7.1 Uji Validitas

“Uji Validitas dipakai guna menaksir benar tidaknya sebuah pertanyaan” berdasarkan Ghazali (2018:51).

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

“Reliabilitas sebenarnya ialah alat untuk menilai sebuah pertanyaan yang mewujudkan indeks dari konstruk” menurut Ghazali (2018:45).

#### 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

##### 3.7.3.1 Uji Normalitas

“Uji normalitas berguna untuk memeriksa segala sesuatu model regresi, variabel pengacau memiliki rotasi normal” menurut Ghazali (2018:161).

##### 3.7.3.2 Uji Multikolinieritas

“Uji multikolinieritas berguna untuk mengetes seperti apa pola regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independent)” menurut Ghazali (2018:107).

##### 3.7.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dipakai untuk memperkirakan rata-rata anggota menurut nilai variabel pribadi yang didapati, sebagaimana menurut Gujarati dalam Ghazali (2018:95).

##### 3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018:97) “Koefisien determinasi ( $R^2$ ) memperkirakan sampai mana keabilitas sebuah model saat menjabarkan keragaman variabel dependent. Hal ini dikemukakan oleh Ghazali (2018:97) Nilai koefisien determinasi berkisar dari 0 sampai 1.

Jika  $R^2$  yang sedikit berarti keahlian variabel-variabel pribadi saat memaparkan keragaman variabel independent yang dibatasi. Angka yang menuju satu menunjukkan variabel independent menyampaikan seluruh informasi yang diperlukan guna memperkirakan variasi variabel dependent.

### 3.7.6 Pengujian Hipotesis

#### 3.7.6.1 Uji t (Uji Parsial)

Ghozali (2018:179) menyatakan bahwa Uji parsial dipakai guna mempengaruhi setiap variabel independent kepada variabel dependent.

#### 3.7.6.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F yang dijelaskan oleh Ghazali (2018:179) dipakai untuk mencari tahu seperti apa variabel independent secara bersamaan mempengaruhi variabel dependent.

## 4 Hasil Penelitian dan Bahasan

### 4.1 Uji Validitas

Semua instrumen yang dipilih sebagai alat ukur variabel *Store Atmosphere* (X1), Keragaman Produk (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan benar. Oleh karena itu dibuktikan dengan semua item pertanyaan pada setiap variabel memiliki r hitung lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,1654) dan dengan taraf signifikan  $< 0,05$ . Sehingga unit pada variabel *store atmosphere* (X1), keragaman produk (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) bisa menakar pengaruh *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di De Classe Gelato and Coffee Blitar.

### 4.2 Uji Reliabilitas

Seluruh item memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar 0,70 untuk variabel *store atmosphere*, keragaman produk, dan kepuasan pelanggan. Item yang terdapat variabel *store atmosphere*, keragaman produk, kepuasan pelanggan sudah reliabel, berarti sesuai atau cocok sebagai alat ukur pada analisa ini.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Terdapat paradigm peredaran biasa yang terlihat pada histogram model regresi, atau model yang menyebar sepanjang diagonal. Hal ini menunjukkan uji normalitas dalam model regresi linier terpenuhi.

#### 4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Titik yang meluas yang di atas serta di bawah nilai nol pada sumbu Y tanpa ada pola yang terlihat. Oleh karena itu bisa dikatakan kalau model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.3.3 Uji Multikolinieritas

Nilai VIF dari variabel *store atmosphere* (X<sub>1</sub>) dan keragaman produk (X<sub>2</sub>) mempunyai mutu *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Oleh sebab itu variabel bebas bisa dibilang tidak terjadi multikolinieritas.

#### 4.4 Analisis Regresi Berganda

Persamaan regresi linier berganda bisa dihitung dengan memakai rumus  $Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ . Berdasarkan pada eksperimen ini didapatkan kesamaan regresi  $Y' = 1,258 + 0,357 X_1 + 0,525 X_2 + e$ .

#### 4.5 Analisis Koefisien Determinasi

R Square yang dikoreksi terdapat kalau variabel suasana toko dan keragaman produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan besaran nilai 72,3%. Sisa sebesar 27,7% diakibatkan dari faktor-faktor di luar cangkupan penelitian ini.

#### 4.6 Uji Hipotesis

##### 4.6.1 Uji t (Uji Parsial)

Hasil uji T membuktikan bahwa variabel *store atmosphere* dan keragaman produk secara parsial berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan di De Classe Gelato and *Coffee* Blitar.

##### 4.6.2 Uji F (Uji Simultan)

Hasil uji F memperlihatkan kalau variabel *store atmosphere* dan keragaman produk secara simultan berakibat positif terhadap kepuasan pelanggan di De Classe Gelato and *Coffee* Blitar.

#### 4.7 Bahasan

Menurut hasil penelitian yang dilakukan kepada 100 relawan melalui pembagian pertanyaan, diperoleh relawan pria sebanyak 32,0% dan wanita sebanyak 68%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa relawan dengan *gender* perempuan lebih banyak dari relawan dengan *gender* laki-laki. Karena De Classe Gelato and *Coffee* Blitar memiliki banyak spot foto yang bisa diabadikan melalui kamera handphone dan sangat *aesthetic* bagi kaum perempuan.

Rentang usia responden tersebut mayoritas 17 sampai 25 tahun. Hal ini sesuai dengan target atau pangsa pasar De Classe Gelato and *Coffee* Blitar yang merupakan kaum muda. Umur 17 sampai 25 tahun adalah umur dimana manusia sudah merasa menjadi dewasa, mereka mulai membentuk pola pikir yang ideal dan kepribadian yang sesuai dengan keinginan mereka masing-masing. Pada rentan usia ini mereka mengumpulkan informasi apapun yang berasal dari lingkungan sekitar untuk membangun jati diri demi masa depan yang terbaik.

Pekerjaan responden mayoritas sebagai Pelajar (Mahasiswa atau Siswa). Hal ini dikarenakan pelajar (mahasiswa atau siswa) memilih *coffee shop* ini bukan untuk sekedar tempat makan dan minum tetapi juga tempat untuk berkumpul membangun interaksi sosial seperti bertemu dengan teman-teman atau untuk mengaktualisasikan trend gaya hidup saat ini. Selain itu suasana *cafe* De Classe Gelato and *Coffee* Blitar yang klasik dapat membuat nyaman pelanggan yang datang ditambah dengan pilihan *ice cream* dan minuman bahkan camilan ringan yang bervariasi menjadikan pelajar (mahasiswa atau siswa) merasa puas.

Menurut pembahasan hipotesis, membuktikan bahwa secara parsial maupun simultan variabel X berdampak positif kepada variabel Y. besarnya kontribusi *store atmosphere* dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan diperoleh dari nilai *adjusted R square* sebesar 72,3% dan sisanya 27,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5 Simpulan

### 5.1 Simpulan

Kesimpulan yang didapat dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di De Classe Gelato and *Coffee* Blitar” maka di dapatkan kesimpulan sebagai berikut: 1). Ulasan dari regresi berganda didapatkan hasil variabel keragaman produk lebih mempengaruhi kepuasan pelanggan dibandingkan dengan variabel *store atmosphere*. 2). Hasil dari koefisien determinasi diketahui bahwa semua variabel X (*store atmosphere* dan keragaman produk) dalam menjelaskan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 72,3% yang berarti kedua variabel X berpengaruh cukup kuat kepada kepuasan pelanggan. 3). Ulasan dari uji t diperoleh kesimpulan kalau variabel *store atmosphere* (X<sub>1</sub>) secara parsial berakibat positif kepada kepuasan pelanggan (Y) pada De Classe Gelato and *Coffee* Blitar. Kemudian variabel keragaman produk (X<sub>2</sub>) secara parsial berakibat positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada De Classe Gelato and *Coffee* Blitar. 4). Ulasan dari uji f membuktikan kalau variabel *store atmosphere* (X<sub>1</sub>) dan variabel keragaman produk (X<sub>2</sub>) berpengaruh secara simultan kepada kepuasan pelanggan (Y) pada De Classe Gelato and *Coffee* Blitar.

### 5.2 Saran

Bagi De Classe Gelato and *Coffee* Blitar penelitian ini bisa digunakan dalam menyusun rencana masa depan guna menjalankan bisnisnya dibidang kuliner terutama adalah kedai kopi. *Cafe* ini harus mempertahankan *store atmosphere* yang sudah dimilikinya saat ini dan selalu meningkatkan karakteristik dari *store atmosphere* agar selalu mendapatkan reputasi yang baik. Memperhatikan kebersihan, menjaga fasilitas umum juga menjadi rencana dalam menjalankan bisnis di masa depan. Keragaman produk yang sudah ada pada kedai kopi ini juga wajib untuk dijaga ketersediaannya agar para pelanggan yang datang untuk berkunjung selalu bisa menikmati produk sesuai keinginannya dan timbul rasa kepuasan setelah mereka selesai melakukan kunjungan pada De Classe Gelato and *Coffee* Blitar. Serta untuk para peneliti berikutnya, dapat meluaskan variabel lainnya yang memiliki akibat terhadap kepuasan pelanggan dan dapat memperluas wawasan tentang faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan objek lain dan memilih sampel sebanyak mungkin demi memperoleh data yang akurat dan lebih baik untuk hasil penelitiannya.

## 6. Daftar Rujukan

- Akbar, Fauzian dan Madiawati, Putu Nina. 2019. Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Stadium Esport Arena. *E-proceeding of Management*. ISSN: 2355-9357 Vol. 6 No. 20. 01. Diakses pada 02 Februari 2022.
- Bagus, Satria. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Keberagaman Terhadap Minat Beli Di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam. *Open Journal System*. Vol. 3. 590. Diakses pada 28 Januari 2022.
- Febriani, Febby dan Fadili, Dadan Ahmad. 2021. Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Cafe Patroli Kopi Karawang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. ISSN: (Print) 2598-0823, (Online) 2598-2893 Vol. 4 No. 3. 368. Diakses pada 04 Februari 2022.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Didik. 2022. Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padangsidimpuan: PT. Inovasi Pratama Internasional. ISBN: 978-623-99228-8-7.
- Ismail, Taupik dan Yusuf, Ramayani. 2021. Pengaruh Kualits Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. P-ISSN: 2541-5255, E-ISSN: 2621-5306 Vol 5 No. 3. 415-416. Diakses pada 26 Januari 2022.
- Kristiana, Maria. 2017. Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. ISSN: 2337-6708 Vol. 01 No. 01. 113. Diakses pada 04 Februari 2022.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Rismawati, Isfiana dan Hasbi, Imanuddin. 2020. Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Setiabudhi Cihampelas. *Jurnal Menara Ilmu*. ISSN: 1693-267, E-ISSN: 2528-7613 Vol. 14 No. 01. 61. Diakses pada 05 Februari 2022
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: CV. Andi.
- Utami, Christina Whidya. 2017. Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat
- Wardhani, Febila Kusuma dan Dwijayanti, Renny. 2021. Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. P-ISSN: 2580-244, E-ISSN: 2580-2305 Vol. 5 No. 1. 510. Diakses pada 05 Februari 2022