

**PENGARUH PROMOSI, SUASANA CAFE DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA HANGOUT ACOUSTIC CAFE GIANYAR**

Ni Putu Indah Sri Antari¹

Ni Putu Nita Anggraini²

Pande Ketut Ribek³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: indahsriantari385@gmail.com

Abstrak

Pada era globalisasi yang semakin maju, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya, sehingga dapat memunculkan rasa kepuasan bagi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hangout Acoustic Cafe Gianyar. Populasi penelitian adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Hangout Acoustic Cafe Gianyar dengan jumlah populasi tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden berdasarkan metode accidental sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan Hangout Acoustic Cafe Gianyar.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Promosi, Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan

Abstract

In an increasingly advanced era of globalization, competition in the business world is getting tougher. Companies must be able to understand the needs and desires of their customers, so that they can create a sense of satisfaction for customers. This study aims to determine the effect of promotion, cafe atmosphere, and service quality on customer satisfaction Hangout Acoustic Cafe Gianyar. The research population is consumers who have made purchases at Hangout Acoustic Cafe Gianyar with an unknown population. The sample in this study were 97 respondents based on the accidental sampling method. The analytical technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results showed that promotion, cafe atmosphere and service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at Hangout Acoustic Cafe Gianyar.

Keywords: Customer Satisfaction, Promotion, Cafe Atmosphere, Service Quality

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang semakin maju, perkembangan suatu bisnis diperlukan pengelolaan atau manajemen yang cakap dan terampil terutama pada manajemen pemasaran. Saat ini jumlah produk dan merek baik dagang maupun jasa yang bersaing menjadi sangat banyak. Konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif khususnya dibidang jasa. Menurut Lupiyoadi (2016) menyatakan bahwa perusahaan jasa berfungsi untuk menciptakan pengalaman baru yang berkesan bagi konsumen.

Kepuasan pelanggan menjadi hal utama dalam pembelian ulang konsumen, kepuasan pelanggan merupakan keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Promosi. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli. Menurut Lupiyoadi (2015:120), promosi merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Sustiyatik (2020) dan Handoko (2017) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2020) menunjukkan bahwa promosi secara parsial

berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah suasana cafe. Menurut Kotler (2016:65), suasana (*atmosphere*) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar di dalamnya. Suasana cafe merupakan salah satu faktor yang menunjang bisnis cafe dimana *atmosphere* yang ada dan tercipta di dalamnya membuat konsumen merasa berbeda untuk setiap cafe yang mereka datangi. Kristiana (2017) dan Wijaya (2020), menunjukkan bahwa suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Aprileny (2020) menyatakan bahwa suasana cafe tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Hermawan (2018), kualitas pelayanan adalah rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Putranusa (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maimunah (2019) menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara langsung.

Hangout Acoustic Cafe merupakan tempat rekreasi dan nongkrong yang didesain dengan sangat menarik dengan nuansa *modern*. Tingginya tingkat persaingan di bisnis yang sama, mengharuskan Hangout Acoustic Cafe memiliki keunggulan dan bisa memuaskan konsumennya sehingga konsumen semakin loyal. Adapun data penjualan Hangout Acoustic Cafe dari tahun 2018 sampai tahun 2020 diketahui bahwa terjadi fluktuasi kenaikan dan penurunan penjualan setiap bulannya. pada bulan Maret ke bulan April 2020 mengalami kenaikan cukup bagus, namun pada bulan Mei hingga Juli 2020 mengalami penurunan yang cukup drastis hal ini disebabkan adanya komplain dari konsumen atas ketidak puasanya terhadap pelayanan yang diberikan oleh Hangout Acoustic Cafe kemudian pada bulan Juli hingga Desember terus mengalami kenaikan hingga 4.500 penjualan.

Untuk mengevaluasi betapa pentingnya pengusaha cafe mengetahui tentang perilaku konsumen, melalui kualitas pelayanan yang optimal, harga yang sesuai dan *store atmosphere* yang nyaman akan menciptakan dan meningkatkan kepuasan pada konsumen. Jika konsumen merasa puas ada kemungkinan besar konsumen akan loyal dan kembali membeli pada cafe tersebut, dengan demikian hal ini akan berdampak kepada peningkatan omset dari perusahaan cafe tersebut.

Berdasarkan fenomena dan research gap, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar”.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1) *Social Cognitive Theory* (SCT)

Teori kognitif sosial adalah salah satu teori belajar yang menjelaskan pola-pola perilaku. Teori yang dikembangkan oleh Albert Bandura sejak tahun 1987 ini menitikberatkan pada bagaimana dan mengapa orang cenderung untuk meniru atau meneladani apa yang mereka lihat melalui media orang lain. *Social Cognitive Theory* merupakan pengembangan dari teori belajar sosial yang menyediakan kerangka kerja untuk memahami, memprediksi, dan merubah perilaku manusia.

2) *Kepuasan Pelanggan*

Menurut Tjiptono (2015:146) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Perusahaan yang cerdas akan menciptakan tingkat kepuasan karyawan yang tinggi sehingga mendorong karyawan untuk bekerja keras, hasilnya adalah kualitas produk dan pelayanan yang tinggi, yang pada akhirnya menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi (Kotler 2015:40).

3) *Promosi*

Menurut Lupiyoadi (2015:120) promosi merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam

memasarkan produk atau jasa. Menurut Firmansyah (2018: 200) bahwa promosi merupakan upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik. Ada beberapa jenis promosi yaitu: iklan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas, dan *direct marketing*.

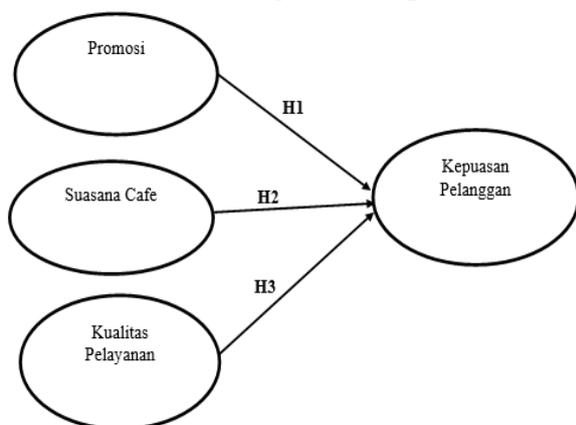
4) Suasana Cafe

Menurut Berman dan Evans (2015) suasana cafe merupakan salah satu bagian dari bauran eceran yang memiliki arti yang sangat penting dalam menjalankan bisnis. Dengan adanya suasana cafe yang baik, maka akan menarik pengunjung dan melakukan pembelian. Menurut Levy dan Weitz (2016) suasana cafe mengacu pada rancangan suatu desain lingkungan melalui beberapa hal diantaranya komunikasi visual, pencahayaan, warna, music dan aroma untuk merangsang persepsi dan emosional pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka.

5) Hipotesis

Adapun kerangka konsep penelitian penelitian dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.

Gambar 1
Kerangka Konsep



Sumber: Hasil Pemikiran Peneliti (2021)

Hipotesis

- H₁: Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H₂: Suasana Cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H₃: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Hangout Acoustic Cafe yang berlokasi di Jalan Banteng, Buruan, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Hangout Acoustic Cafe Gianyar, dengan total sampel sebanyak 97 responden. Adapun teknik *non probability sampling* yang dipakai adalah teknik *accidental sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Menurut Ghozali (2018), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam perhitungan analisis regresi linear berganda ini akan menggunakan alat bantu komputer untuk mengolah dan mengaplikasikan teknik pengolahan data dan teori statistik lengkap dengan menggunakan program SPSS. Dalam analisis data akan diolah dan hasilnya akan disajikan dalam bentuk tabel hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Berdasarkan hasil uji validitas disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan nilainya lebih besar dari 0,3, sehingga seluruh item pertanyaan untuk semua variabel penelitian berkorelasi signifikan dengan skor total, dengan demikian dapat dijelaskan bahwa butir instrumen pertanyaan tersebut valid.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai *alpha cronbach* untuk semua variabel penelitian nilainya di atas 0,70, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,608, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari $\alpha=0,05$ hal ini berarti Hipotesis nol (H_0) ditolak atau data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* semua variabel lebih besar

dari 10% (promosi=0,717, suasana café=0,697, kualitas pelayanan=0,611) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (promosi=1,394, suasana café=1,435, kualitas pelayanan=1,638) yang berarti sudah tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.

3) Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel promosi, suasana café, kualitas pelayanan memiliki signifikansi lebih besar dari 0,05 (promosi=,506, suasana café=,063, kualitas pelayanan=,097) sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan tujuan untuk menguji pengaruh promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar, dengan menggunakan aplikasi *SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 21.0 for windows* dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,267	1,154		1,098	0,275
Promosi (X ₁)	0,223	0,056	0,332	4,001	0,000
Suasana Cafe (X ₂)	0,042	0,010	0,340	4,036	0,000
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,063	0,024	0,241	2,681	0,000
R	0,736				
Adjusted R Square	0,526				
Sig. F hitung	0,000				
F hitung	36,578				

Sumber: Data di olah (2021)

Berdasarkan Tabel 1 tersebut di atas, maka persamaan regresi linear berganda adalah: $Y = 1,267 + 0,223 (X_1) + 0,042 (X_2) + 0,063 (X_3)$, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. $a = 1,267$, hal ini berarti peningkatan terhadap promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi variabel promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan tidak berubah.
2. $b_1 = 0,223$, hal ini berarti peningkatan terhadap promosi, maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi variabel suasana cafe, kualitas pelayanan tidak berubah.
3. $b_2 = 0,042$, hal ini berarti peningkatan terhadap suasana cafe, maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi variabel promosi dan kualitas pelayanan tidak berubah.
4. $b_3 = 0,063$, hal ini berarti peningkatan terhadap kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi variabel promosi dan suasana cafe tidak berubah.

Pengaruh dominan variabel bebas terhadap variabel terikat diuji dengan menggunakan *standardized coefficients beta* tertinggi. Dengan melihat hasil *standardized coefficient beta* dari masing-masing variabel bebas, yaitu promosi (X_1), suasana café (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) sesuai dengan data pada Tabel 1, maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar, adalah variabel bebas suasana cafe (X_2) karena menunjukkan nilai *standardized coefficient beta* yang lebih besar dari variabel bebas lainnya yaitu sebesar 0,340

Hasil Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh koefisien korelasi berganda sebesar 0,736

dan memiliki arah yang positif, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin kuat hubungan promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan, maka semakin kuat pula kepuasan pelanggan.

Uji Kelayakan Model

1) Analisis Determinasi (R^2)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,526, ini berarti 52,6% variasi variabel dependen kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan, sedangkan selebihnya sebesar 47,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model (yang terkandung dalam kesalahan *random*).

2) Uji F

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa pada model ini, nilai *Sig. F* hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ menunjukkan model penelitian ini layak untuk digunakan sebagai alat analisis untuk menguji pengaruh promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar.

3) Uji t

Uji parsial digunakan untuk menguji promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hangout Acoustic Cafe Gianyar secara parsial. Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa:

a) Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel promosi sebesar 0,000 lebih kecil

dari nilai $\alpha=0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis pertama diterima.

b) **Pengaruh Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel suasana cafe sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis kedua diterima.

c) **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis ketiga diterima.

Pembahasan

1) Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel promosi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handoko (2017), menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Sustiyatik (2020), secara simultan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sari dan Paludi

(2020), menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Pengaruh Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel suasana cafe sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristiana (2017), menemukan bahwa suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Siagian, *et al.*, (2020), *store atmosphere* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Wijaya (2020), suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,009 lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018), menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putranusa (2019), Nugroho (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

PENUTUP

Simpulan

Sesuai dengan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- 1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, peningkatan atas promosi akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan.
- 2) Suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, semakin nyaman suasana cafe maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- 3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, peningkatan atas kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka yang dapat disarankan kepada perusahaan sebagai berikut:

- 1) Pada variabel promosi diharapkan lebih memperhatikan dan meningkatkan faktor promosi, di antaranya melalui media masa seperti *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, dengan demikian pelanggan akan tertarik untuk berkunjung ke Hangout Acoustic Cafe karena.
- 2) Pada variabel suasana cafe diharapkan dapat menciptakan suasana cafe yang nyaman dan aman, dengan demikian pelanggan tidak merasa was-was di dalam melakukan kunjungan ke Hangout Acoustic Cafe Gianyar.

- 3) Pada variabel kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, semua karyawan mampu berkomunikasi dengan baik dan ramah kepada setiap pelanggan yang berkunjung ke Hangout Acoustic Cafe Gianyar.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya disarankan menambah sampel penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih digeneralisir dan perlu menambahkan variabel lain yang diprediksi bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti promosi, suasana cafe dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: BPFE-Universitas Diponegoro
- Handoko, B. 2017. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 61-72.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kristiana, M. 2017. Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1).
- Lestari, A. A., dan Aprileny, I. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen pada Kedai Camp Survivor, Bogor), 1-15.

- Maimunah, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *Iqtishad Equity*, 1(2).
- Nugroho, W. L. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Angop Coffe Shop)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta).
- Pratiwi, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi, Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka Di Yogyakarta (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Putranusa, D. G. 2019. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Siagian, H. E., dan Erlita, M. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bravo Resto. *Syntax*, 2(5).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RdanD.* Bandung: Alfabeta, CV.
- Sustiyatik, E. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*, 10(2), 175-184.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran (EDISI Empa)*. Andi Offset.
- Wijaya, O. S. 2020. Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).