
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Magal Korean BBQ Karawaci

Yosua Sandy Setiawan¹ ✉ Fazhar Sumantri² Theysa Sahlani Pratiwi³

^{1,2,3} Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika

Abstrak

Di tengah persaingan yang semakin tajam di industri kuliner, restoran dipaksa untuk mementingkan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang baik, produk menarik, dan suasana toko yang memadai. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pelayanan, barang, dan suasana toko Magal Korean BBQ Karawaci memengaruhi kepuasan pelanggan secara bersamaan dan terpisah. Studi ini menggunakan sampel purposive dan pendekatan kuantitatif. Data awal dikumpulkan dengan membagikan kuesioner kepada seratus pelanggan Restoran Magal Korean BBQ Karawaci. Data dianalisis dengan SPSS versi 20. Reliabilitas, validitas, asumsi klasik, re-gresi linear berganda, uji t, uji F, dan penentuan koefisien adalah semua uji yang digunakan. Selain suasana toko, penelitian ini menemukan bahwa pelayanan pelanggan memiliki efek yang signifikan dan positif pada kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan saran yang bermanfaat bagi manajemen restoran tentang bagaimana membuat strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan lingkungan yang lebih nyaman dan menarik. Pelayanan, barang, dan suasana toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien determinasi sebesar 64% dan kualitas produk sebesar 36%.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Suasana Toko, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

In the face of sharpening rivalry in the culinary sector, restaurants are compelled to provide customer satisfaction with good service, quality products and proper store atmosphere. The goal of this study is to analyze the effect of service, product and ambience of the business on customer satisfaction at Restoran Magal Korean BBQ Karawaci simultaneously and partially. The research applied quantitative techniques and used purposive sampling strategy. Data taken from 100 pelanggan Restoran Magal Korean BBQ Karawaci melalui pendistribusian kuesioner primer. Data were analysed with SPSS version 20. Validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression, t test, f test and determination coefficient. The results of the research reveal that the service has a major positive effect on customer satisfaction other than the atmosphere in the store. In summary, service, products and store atmosphere have a substantial effect on customer satisfaction with a coefficient of determination of 64%. The remaining 36% is impacted by the product quality. The results of this study provide important recommendations to restaurant management to build strategies in enhancing the quality of service and providing more pleasant and attractive atmosphere for customers to boost customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Store Atmosphere, Customer Satisfaction*

Copyright (c) 2026 Yosua Sandy Setiawan¹

✉ Corresponding author :

Email Address : yosuasandy8@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan atau mengalami kemajuan. "Pasar yang luas memberikan kesempatan yang lebih besar untuk konsumen, sehingga pilihan produk yang tersedia untuk mereka semakin beragam, dan harapan konsumen untuk mendapatkan kepuasan yang mereka inginkan juga meningkat" (Imbayani & Prayoga, 2023). Oleh karena itu, restoran harus memahami beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian (Munawaroh & Simon, 2023) menemukan bahwa "restoran yang dapat menggabungkan kualitas produk, pelayanan, dan suasana toko memiliki peluang lebih besar untuk kepuasan pelanggan dan persaingan pasar". Selanjutnya diperkuat oleh penelitian (Pratondo & Eviani, 2024) "kepuasan pelanggan dipengaruhi kualitas produk, pelayanan, dan suasana toko". Karena itu, industri restoran saat ini telah berubah menjadi industri berbasis pengalaman, atau industri berbasis pengalaman, yang membutuhkan pemahaman yang baik tentang perilaku konsumen.

Kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai bentuk investasi yang dilakukan oleh perusahaan, karena hasil yang didapat akan muncul dalam waktu yang cukup lama. "Kepuasan pelanggan dianggap sebagai investasi jangka panjang karena dapat menarik pelanggan untuk kembali dan memberikan keuntungan bagi perusahaan" (Felix et al., 2024). Sebaliknya, pelanggan cenderung beralih ke kompetitor jika pengalaman yang diterima tidak memenuhi harapan.

Penelitian oleh (Azizatusholihah et al., 2025) mendapatkan bahwa "Kepuasan pelanggan memiliki dampak yang besar pada rencana kunjungan kembali dalam sektor restoran, menandakan bahwa kepuasan pelanggan sangat krusial untuk kelangsungan usaha restoran". Oleh karena itu, restoran harus memahami dengan baik penyebab kepuasan pelanggan agar mereka dapat memberikan pengalaman menyenangkan dan berkelanjutan bagi pelanggan mereka.

Menurut (Siregar, 2025) dalam Buku Referensi Antecedent Organizational Citizenship Behavior (OCB) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Karyawan menyebutkan "Kualitas pelayanan penting untuk kepuasan ataupun loyalitas". Layanan cepat, sopan, dan tanggap dapat menghasilkan pengalaman positif yang meningkatkan pandangan pelanggan terhadap tempat makan.

Penelitian (Fadhilah et al., 2024) menunjukkan "Kualitas pelayanan berdampak yang sangat besar pada kepuasan konsumen dengan peran penting dalam menjelaskan perbedaan tingkat kepuasan.". Karena itu, pelayanan tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi merupakan elemen utama dalam menciptakan pengalaman pelanggan. Karena produk merupakan bagian penting dari layanan restoran, kualitas produk juga sangat penting.

Dalam Penelitian (Adawiyah et al., 2025) "Kualitas produk berupa rasa makanan, penyajian, kebersihan, serta konsistensi yang diberikan kepada pelanggan". Penelitian (Manggala et al., 2022) menunjukkan bahwa "Kualitas produk dan layanan saling terkait mempengaruhi seberapa puas pelanggan dalam sektor restoran." . Dengan demikian, kualitas pelayanan dan produk menjadi dua faktor fundamental dan tidak dapat dipisahkan dalam kepuasan pelanggan.

Dalam konteks restoran modern, suasana menjadi salah satu faktor pembeda yang mampu menarik perhatian pelanggan dan menciptakan pengalaman yang berkesan. Selain itu, penelitian (Yuliana & Tuti, 2024) menunjukkan "Perilaku pelanggan di industri restoran dipengaruhi oleh suasana toko, kualitas pelayanan, dan kualitas produk". Dengan demikian, suasana toko menjadi elemen penting yang mendukung terciptanya kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Berbagai penelitian terdahulu dalam lima tahun terakhir telah mengkaji faktor yang berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan dalam industri restoran. Penelitian (Pratondo & Eviani, 2024) menemukan "Kualitas produk, kualitas pelayanan, suasana berpengaruh pada kepuasan pelanggan". Penelitian (Fadhilah et al., 2024) menyatakan "Kualitas pelayanan

menjadi faktor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan”. Penelitian (Manggala et al., 2022) menemukan “Kualitas produk dan pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan”. Penelitian (Lalo et al., 2026) menunjukkan “Kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan dan kesetiaan mereka”. Selain itu, penelitian (Azizatusholihah et al., 2025) menyatakan bila “Kualitas layanan, produk, dan suasana memengaruhi perilaku pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya konsistensi bahwa ketiga faktor memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan.

Berdasarkan penjelasan di atas, masih ada *research gap* yang harus diteliti lebih. Sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan di restoran umum atau cafe, sehingga belum secara spesifik mengkaji restoran dengan konsep experiential dining seperti Korean BBQ yang memiliki karakteristik interaksi pelanggan yang lebih kompleks.

Tabel 1. Review Kepuasan Pelanggan Magal Korean BBQ Karawaci

No	Nama	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Suasana Toko	Rating Keseluruhan
1	Ayu Mustika Wijaya	Bintang 5	Bintang 5	Bintang 4	Bintang 5
2	Johan J	Bintang 5	Bintang 5	Bintang 5	Bintang 5
3	Herman Saputra	Bintang 4	Bintang 5	Bintang 5	Bintang 5
4	William Matthew	Bintang 5	Bintang 5	Bintang 4	Bintang 5
5	Yan Anthony	Bintang 3	Bintang 1	Bintang 3	Bintang 1
6	Christopher Cavarella	Bintang 4	Bintang 1	Bintang 3	Bintang 1
7	Andi Vario	Bintang 4	Bintang 4	Bintang 5	Bintang 4
8	Nike Andana	Bintang 1	Bintang 3	Bintang 1	Bintang 1
9	Felix Augustinus	Bintang 5	Bintang 5	Bintang 5	Bintang 5
10	Terza Xaviera	Bintang 5	Bintang 5	Bintang 5	Bintang 5

Sumber: Review Google, 2026

Berdasarkan Tabel I.1 Tabel Review Kepuasan Pelanggan diatas, menunjukkan hasil evaluasi pelanggan mengenai Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Suasana Toko, memengaruhi rating keseluruhan yang mereka berikan. Secara umum, terlihat bahwa sebagian besar memberikan nilai yang sangat positif (bintang 4 dan 5), menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan positif dan memenuhi harapan mereka, sehingga menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi. Meski begitu, ada juga beberapa responden yang memberikan penilaian rendah (bintang 1-3), yang menunjukkan bahwa ada perbedaan antara yang diharapkan dan rasakan terutama pada aspek Kualitas Produk atau Kualitas Pelayanan. Maka itu, data pada tabel tersebut menguatkan fenomena dalam konteks penelitian bahwa kepuasan pelanggan di restoran tidak bersifat homogen, melainkan terpengaruh oleh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko. Karena itu, ketiga komponen tersebut sangat penting untuk penelitian tambahan tentang tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh suasana toko terhadap kepuasan pelanggan serta pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat diketahui Gambaran yang jelas mengenai kepuasan pelanggan restoran magal korean bbq karawaci.

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pendapat Sampra dalam studi (Kartina Manao, 2024), “kualitas pelayanan didefinisikan sebagai layanan yang diberikan selaras dengan apa yang ditetapkan, penyedia layanan yang baik”. Selanjutnya, menurut (Azmy, 2024), “Kualitas layanan itu usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, memastikan bahwa penyampaian sesuai dengan harapan yang mereka miliki.”. Dengan demikian, kualitas pelayanan tercapai ketika standar yang ada dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara efektif

Menurut Moenir dalam (Aidina Pristiria et al., 2022) ada lima faktor Kualitas Pelayanan yaitu,

- a. Faktor Kesadaran Pegawai
Kesadaran pegawai terhadap tugas pelayanan kepada pelanggan .
- b. Faktor aturan sebagai standar kerja karyawan.
Agar pelayanan berjalan baik terdapat peraturan standar yang sudah menjadi pedoman.
- c. Faktor Organisasi yang dipergunakan untuk menjalankan kegiatan pelayanan.
Organisasi sebagai system yang mendukung berjalannya Pelayanan agar teratur.
- d. Faktor kemampuan dan keterampilan pegawai/skill.
Standar pelayanan ditentukan oleh keterampilan dan kemampuan para staf.
- e. Faktor sarana yang menunjang dalam kegiatan pelayanan.
Peralatan atau perlengkapan menjadi faktor penunjang pelayanan berjalan lancar.

Kualitas Produk

Berdasarkan pendapat (Agustina & Ali, 2025) “kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan suatu barang untuk memenuhi harapan serta permintaan konsumen dengan mengacu pada standar kualitas yang telah ditetapkan”. Sementara itu, menurut Kotler dan Lee dalam (Larosa & Paludi, 2025) “kualitas produk merupakan fungsi barang untuk memberikan dan memuaskan kebutuhan pelanggan, dengan memastikan ketersediaan pasokan yang memadai serta menghasilkan barang yang sesuai standar”. Oleh karena itu, kualitas produk dapat didefinisikan pada kemampuan memenuhi keinginan ataupun harapan pelanggan berdasarkan standar kualitas yang telah ditentukan, serta memberikan fungsi dan nilai yang sesuai bahkan melampaui ekspektasi pelanggan.

Menurut Assauri dalam (Winata, 2024) ada faktor Kualitas Produk, yaitu:

- a. Fungsi Produk: menunjukkan tujuan ataupun kegunaan produk.
- b. Penampilan Fisik: mencakup bentuk, warna, atau kemasan produk.
- c. Harga: biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut

Suasana Toko

Berdasarkan pernyataan Gilbert dalam (Rosadi et al., 2023), “Suasana toko adalah hasil gabungan dari sinyal fisik yang telah dirancang; ia dapat dipahami sebagai modifikasi dalam perancangan ruang belanja yang menimbulkan respons emosional”. Sementara itu, menurut Beirman dalam (Nugroho et al., 2025), “Suasana toko mencakup sifat fisik sebuah toko yang biasanya dipakai untuk memberikan impresi menarik serta mencuri perhatian pembeli”. Dengan demikian, suasana toko merupakan elemen fisik dan penataan lingkungan yang sengaja dipersiapkan untuk menghasilkan kesan serta reaksi emosional pelanggan, sehingga mampu menarik minat dan memicu keputusan pembelian.

Menurut Lamb dalam (Krisna Wibowo & Baehaqi, 2024) Ada sejumlah faktor suasana toko:

- a. Jenis dan Karakteristik karyawan
Penampilan luar dan karakteristik yang akan menciptakan Kesan nyaman serta meningkatkan penilaian positif.
- b. Barang dagangan dan kepadatannya
Produk dan cara penataannya menentukan suasana dari toko tersebut.
- c. Jenis perlengkapan tetap
Perlengkapan toko sesuai tema toko agar menciptakan suasana yang konsisten
- d. Bunyi suara
Musik atau suara dapat memengaruhi mood pelanggan.
- e. Aroma
Aroma yang menyenangkan dapat meningkatkan suasana hati pelanggan.
- f. Faktor visual
Elemen berperan dalam menarik perhatian dan menciptakan suasana toko yang nyaman.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Damanik et al., 2024), "kepuasan pelanggan merupakan rasa senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan menilai hasil suatu produk dibandingkan harapannya". Tjiptono dikutip dalam (Aqiila Jannah & Anindita, 2024), menyatakan bahwa "Kepuasan pelanggan merupakan penilaian konsumen mengenai penawaran yang diberikan oleh penjual, yang dianggap melebihi harapan mereka.". Dalam bukunya Kepuasan Konsumen, (Rifa'i, 2023) menjelaskan bahwa "Kepuasan pelanggan itu kondisi bahagia yang muncul ketika pelanggan menilai pengalaman mereka tentang kualitas barang atau layanan yang diterima dengan ekspektasi yang telah mereka miliki.". Secara keseluruhan, kepuasan pelanggan digambarkan sebagai perasaan maupun penilaian emosional pelanggan setelah membandingkan hasil dengan harapan; kepuasan tercapai bila kinerja produk atau jasa mampu memenuhi atau melampaui harapan tersebut.

Menurut (Sagala & Marbun, 2022) terdapat 6 faktor kepuasan pelanggan yaitu,

- a. *Expectancy Disconfirmation Model*, Kepuasan pelanggan diukur melalui penilaian yang menunjukkan bahwa pengalaman yang dialami setidaknya sebanding yang diharapkan.
- b. *Equity Theory*, Berpendapat orang membandingkan rasio input maupun hasil mereka dengan rasio input atau hasil pertukarannya.
- c. *Attribution Theory*, Proses menentukan mengapa dia bertindak seperti yang dia lakukan, orang lain, atau objek tertentu.
- d. *Experientially-based Affective Feelings*, Berdasarkan pengalaman, yang berpendapat bahwa emosi positif dan negatif yang terkait dengan produk maupun layanan tertentu memengaruhi kepuasan pelanggan saat mereka melakukan pembelian.
- e. *Assimilation- Contact Theory*, Jika barang atau layanan yang dibeli dan digunakan hampir sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kinerjanya akan diterima dan dinilai dengan baik.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif statistik. "Penelitian kuantitatif menguji teori-teori bersifat objektif dengan menganalisis hubungan di antara variabel" (Qudratuddarsi et al., 2024), maka metode ini sangat relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

Sugiyono dalam (Hermina & Huda, 2024), "Populasi itu area generalisasi terdiri dari: subjek dengan sifat maupun atribut unik ditentukan peneliti untuk dianalisis sebelum membuat kesimpulan". Populasi tersebut adalah konsumen yang berusia minimal 17 tahun, konsumen yang telah makan di Restoran Magal Korean BBQ Karawaci, serta konsumen yang pernah mengunjungi Restoran Magal Korean BBQ Karawaci.

Menurut Sugiyono dalam (Fajri & Amelya, 2022), "sampel itu bagian keseluruhan dan sifat dari populasi tersebut". Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah Purposive Sampling. Alasan pemilihan teknik purposive sampling dikarenakan peneliti sudah menetapkan kriteria tertentu untuk memilih responden. Proses pengambilan sampel dilakukan memakai Rumus Lemeshow karena populasi tidak dapat diketahui (Hoki et al., 2024):

Keterangan:

n : Jumlah Sampel Minimum

Z : Nilai Distribusi Normal (biasanya 1,96)

p : Estimasi Proporsi (tidak diketahui pakai 0,5)

q : 1 - p (jadi 0,5)

d : Tingkat kesalahan (biasanya 0,1 atau 10%)

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel yang diperlukan adalah 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Oleh karena itu, ditentukan menjadi 100 responden yang dianggap memenuhi syarat karena populasi yang tidak dapat diketahui secara akurat.

“teknik pengumpulan data itu tahap di dalam penelitian karena tujuan utama penelitian untuk mendapatkan data” (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, observasi, kuesioner, dan studi dokumentasi dilakukan agar mendapatkan informasi yang lengkap dan menyeluruh.

Observasi

“Observasi merupakan proses mengamati dan mencatat secara teratur tentang fenomena yang akan diteliti” (Hasibuan et al., 2023). Dalam studi ini, observasi dilaksanakan di Restoran Magal Korean BBQ Karawaci.

Kuesioner

“Kuesioner merupakan metode untuk mengumpulkan informasi menggunakan pertanyaan-pertanyaan dirancang teratur” (Ardiansyah et al., 2023). Oleh karena itu, dalam studi ini, kuesioner digunakan untuk mendapatkan informasi yang relevan mengenai penelitian.

Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi memiliki peran mendapatkan informasi mengenai objek yang diteliti. "Studi dokumentasi adalah metode untuk mengumpulkan informasi dan data yang berbentuk catatan atau gambar yang telah diarsipkan berkaitan dengan isu yang diteliti" (Kusumastuti et al., 2025). Studi dokumentasi dilaksanakan dengan memanfaatkan ulasan di Google.

Pengumpulan data utama penelitian ini dalam kuesioner yaitu responden yang diukur berdasarkan indikator variabel penelitian dengan menerapkan skala likert. "Dengan mengajukan serangkaian pertanyaan, yang harus dijawab dalam lima tingkat persetujuan, skala likert dapat digunakan untuk mengevaluasi perilaku seseorang yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju" (Hendajani et al., 2025).

Tabel 2. Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Hendajani (2025)

Dalam studi ini, pengolahan data dilakukan secara kuantitatif dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 20 agar proses analisis dan pengujian data menjadi lebih mudah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Masturoh dalam (Iqbal & Salsabila, 2023) mengungkapkan “validitas adalah pengukuran untuk menentukan ketepatan, ketelitian, dan kecocokan dari instrumen yang akan digunakan.” “Sebuah data dianggap valid apabila rhitung lebih besar dari rtabel, tetapi apabila rhitung lebih kecil atau sama rtabel, data tidak valid” (Putri Juliani & Erita, 2023).

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel
Kualitas Pelayanan	X1.1	.621**	0,196
	X1.2	.749**	0,196

	X1.3	.741**	0,196
	X1.4	.636**	0,196
	X1.5	.735**	0,196
	X1.6	.773**	0,196
	X1.7	.608**	0,196
	X1.8	.707**	0,196
	X1.9	.693**	0,196
	X1.10	.580**	0,196
Kualitas Produk	X2.1	.427**	0,196
	X2.2	.571**	0,196
	X2.3	.618**	0,196
	X2.4	.706**	0,196
	X2.5	.565**	0,196
	X2.6	.601**	0,196
	X2.7	.699**	0,196
	X2.8	.493**	0,196
Suasana Toko	X3.1	.823**	0,196
	X3.2	.764**	0,196
	X3.3	.818**	0,196
	X3.4	.762**	0,196
	X3.5	.761**	0,196
	X3.6	.814**	0,196
	X3.7	.795**	0,196
	X3.8	.791**	0,196
	X3.9	.736**	0,196
	X3.10	.760**	0,196
Kepuasan Pelanggan	Y1	.839**	0,196
	Y2	.801**	0,196
	Y3	.802**	0,196
	Y4	.795**	0,196
	Y5	.832**	0,196
	Y6	.810**	0,196
	Y7	.808**	0,196
	Y8	.827**	0,196
	Y9	.793**	0,196

Sumber: data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 3 di atas, kualitas pelayanan, kualitas produk, suasana toko dan kepuasan pelanggan menunjukkan rhitung lebih tinggi dari nilai rtabel 0,196 sehingga dikatakan semua indikator tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

Menurut (Forester et al., 2024) bahwa “Reliabilitas berfungsi untuk menilai kuesioner yang memiliki tanda dari variabel atau struktur”. “Reliabel bila nilai *Alpha Cronbach* 0,60 atau lebih, bila semua kriteria telah dipenuhi, maka instrumen penelitian dinyatakan cocok digunakan pada penelitian kuantitatif karena mampu menghasilkan data yang tepat serta konsisten” (Sobiri & Nashrullah, 2026).

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Indikator
Kualitas Pelayanan	0.872	10
Kualitas Produk	0.728	8

Suasana Toko	0.929	10
Kepuasan Pelanggan	0.934	9

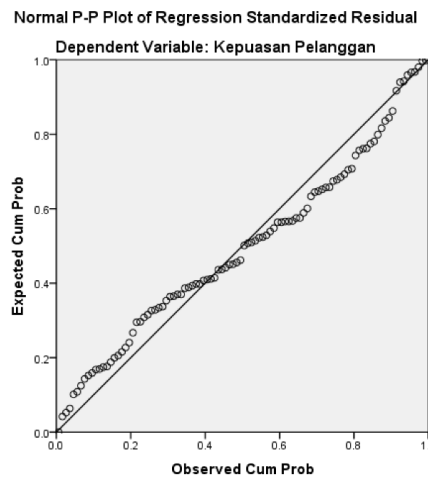
Sumber: data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4 di atas, terlihat nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel melebihi 0,60. Maka, dapat disimpulkan seluruh indikator yang terdapat dalam semua variabel adalah reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

Zahediast dalam studi (Fatih et al., 2026) dikatakan bahwa "Uji normalitas dapat memverifikasi bahwa data yang dianalisis sesuai dengan jenis distribusi normal yang teoritis." Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan P-plot dan *Kolmogorov-Smirnov*.

Kriteria dalam P-plot menyatakan bahwa "apabila data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah yang sama dengan garis tersebut, atau jika grafik berpola normal, maka regresi dianggap memenuhi normalitas" (Astuti & Sholehah, 2024). Sementara itu, kriteria *Kolmogorov-Smirnov* menjelaskan bahwa "jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar 0,05, maka berdistribusi normal" (Yoda & Dewinda, 2023).

Gambar 1. Normalitas P-plot
Sumber: Hasil Uji SPSS



Tabel 5. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	
	Std. Deviation	.98473193
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.898
Asymp. Sig. (2-tailed)		.395

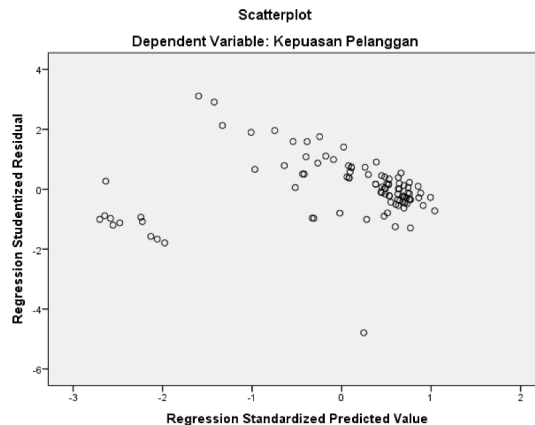
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan gambar 1 dan tabel 5 titik data di dekat garis diagonal mengikuti garis dan terlihat bahwa nilai *Asymp Sig* mencapai 0,395, yang lebih tinggi dibandingkan *alpha* 0,05. Maka, disimpulkan data dari variabel penelitian ini berdistribusi normal.

Dalam buku Ekonometrika berjudul "Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya penyimpangan" (Zahriyah et al., 2021). Kriteria untuk menguji heteroskedastisitas dengan metode Glejser adalah "apabila tingkat signifikansi melebihi 5% atau 0,05, maka tidak heteroskedastisitas, tetapi bila tingkat signifikansi di bawah 5% atau 0,05, itu menunjukkan adanya heteroskedastisitas" (Saragih & Sembiring, 2022). Sementara itu, melalui scatter plot dapat dikatakan bahwa "Jika pola yang terbentuk terlihat tidak teratur atau acak, maka heteroskedastisitas terpenuhi dan tidak ada masalah heteroskedastisitas, tetapi jika pola terlihat, maka masalah heteroskedastisitas muncul" (Gunandi & Kismiantini, 2023).



Gambar 2. Heteroskedastisitas Scatterplot

Sumber: Hasil Uji SPSS

Tabel 6. Heteroskedastisitas Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.215	2.184		5.592	.000
	X1	-.113	.058	-.276	-1.932	.056
	X2	-.061	.127	-.088	-.483	.630
	X3	-.058	.064	-.157	-.895	.373

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan gambar 2 dan tabel 6 di atas, distribusi titik-titik tersebut tidak memiliki pola yang sistematis atau teratur dan tersebar di atas dan di bawah secara acak dan nilai sig. dari kualitas pelayanan (X1) adalah 0,056, kualitas produk (X2) adalah 0,630, dan suasana toko (X3) yaitu 0,373, yang kesemuanya lebih besar dari 0,05. Ini berarti tidak ada indikasi gejala heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali dalam studi (Rahmadani & Rizka Akbar, 2023) menjelaskan bahwa " Uji multikolinearitas agar memastikan hubungan dalam variabel independen dalam model regresi". Kriteria untuk menentukan adanya multikolinearitas adalah "jika nilai *Tolerance* lebih besar 0,10, maka regresi ini tidak mengalami masalah multikolinearitas; sebaliknya, bila nilai *Tolerance* kurang dari 0,10, regresi juga tidak menghadapi masalah multikolinearitas" (Paul K P et al., 2022).

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.393	2.545
	Kualitas Produk	.239	4.184
	Suasana Toko	.260	3.840

Sumber: data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 7 di atas, variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana toko memiliki nilai tolerance masing-masing 0,393; 0,239; dan 0,260, yang semuanya lebih tinggi dari 0,10. Selain itu, nilai VIF untuk ketiga variabel ini yaitu 2,545; 4,184; dan 3,840, semuanya lebih rendah dari 10. Hal ini disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas.

"Uji linearitas bertujuan memeriksa apakah ada hubungan linier pada variabel independen dan variabel dependen" (Budi Paryanti & Erie, 2024). "Syarat untuk uji linearitas dianggap berhasil jika nilai sig < 0,05" (Agatha & Widyanti, 2023).

Tabel 8. Uji Linearitas

Variabel	Sig.
Kualitas Pelayanan	.000
Kualitas Produk	.000
Suasana Toko	.000

Sumber: data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 3 di atas, kualitas pelayanan, kualitas produk, suasana toko dan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai sig. 0.000 lebih rendah dari nilai 0,05 sehingga dikatakan semua variabel lolos uji linearitas.

"Uji T itu metode yang digunakan untuk menilai apakah hipotesis nol itu benar atau salah" (Putri et al., 2023). Kriteria untuk uji t yaitu "jika sig lebih besar dari 0,05; H0 diterima dan HA ditolak, sedangkan apabila sig kurang 0,05, H0 ditolak dan HA diterima" (Yusnita & Honesti, 2022)

Tabel 9. Uji T

Variabel	t		Sig		Kesimpulan
	t-hitung	t-tabel	Hasil	α=5%	
Kualitas Pelayanan (X ₁)	3.942	1.661	.000	< 0,05	Berpengaruh Parsial
Kualitas Produk (X ₂)	-1.184	1.661	.239	> 0,05	Tidak Berpengaruh Parsial
Suasana Toko (X ₃)	5.093	1.661	.000	< 0,05	Berpengaruh Parsial

Sumber: data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 9 di atas, dapat disimpulkan yaitu,

1. Kualitas Pelayanan memiliki nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung 3,942 yang lebih besar ttabel 1,661. Dengan demikian, dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Karena itu, hipotesis H0 ditolak dan Ha diterima.
2. Kualitas Produk memiliki nilai sig 0,239 lebih besar 0,05 serta thitung -1,184 adalah lebih kecil daripada nilai ttabel 1,661. Hasil ini menunjukkan Kualitas Produk tidak berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Akibatnya, hipotesis H0 diterima dan Ha ditolak.
3. Suasana Toko memiliki nilai sig 0,000 berarti rendah 0,05. Selain itu, nilai thitung yang diperoleh 5,093 jauh lebih besar daripada nilai ttabel sebesar 1,661. Ini membuktikan Suasana Toko memiliki pengaruh parsial terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha diterima.

“Uji F ialah suatu pengujian dilakukan pada variabel independen secara kolektif, bertujuan untuk menentukan keseluruhan dari variabel independen pada variabel dependen” (Pramono & Ahdika, 2023). Kriteria untuk uji F adalah “jika fhitung lebih dari ftabel atau pvalue kecil dari α , maka disimpulkan variabel independen simultan memiliki pengaruh pada variabel dependen” (Mobonggi et al., 2022).

Tabel 10. Uji F

ANOVA ^a		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5017.343	3	1672.448	57.703	.000 ^b
	Residual	2782.447	96	28.984		
	Total	7799.790	99			

Sumber: data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 10 di atas, disimpulkan nilai signifikansi diperoleh kurang dari angka signifikan standar 0,05. Maka itu, perbandingan nilai Fhitung sebesar 57,703 terhadap nilai Ftabel 3,091 juga menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini mengindikasikan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko berpengaruh simultan pada Variabel Kepuasan Pelanggan.

“Uji koefisien determinasi untuk menilai sebesar apa kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen yang ditunjukkan oleh nilai R-Square” (Nurulita et al., 2023). “Angka R² bervariasi antara 0 sampai 1. Semakin nilai tersebut mendekati 1, semakin kuat kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen, sementara yang dekat 0 menunjukkan penjelasan yang sedikit” (Theresia et al., 2026).

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.643	.632	5.384

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Suasana Toko

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 11 di atas, diketahui R Square mencapai 0,643 atau setara 64%. Ini berarti sebanyak 64% variasi pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dijelaskan sumbangan dari variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Suasana Toko. Dengan demikian, sisa sebanyak 36% dipengaruhi oleh komponen tambahan yang tidak dibahas penelitian ini.

“Analisis regresi linear berganda yaitu analisis yang digunakan untuk menangani isu multikolinearitas” (Susanti & Saumi, 2022). Persamaan untuk model regresi linear berganda adalah sebagai berikut (Siswo Adiguno et al., 2022)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel tidak bebas

X = Variabel bebas

a = Konstanta (nilai Y)

b = Koefisien regresi

Tabel 12. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	9.834	3.485		2.822	.006			
	Kualitas Pelayanan	.367	.093	.383	3.942	.000	.718	.373	.240
	Kualitas Produk	-.240	.203	-.148	-1.184	.239	.660	-.120	-.072
	Suasana Toko	.524	.103	.608	5.093	.000	.765	.461	.310

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data siolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 12 di atas, disimpulkan yaitu,

$$Y = 9,834 + 0,367 (X_1) - 0,240 (X_2) + 0,524 (X_3)$$

1. Konstanta dengan nilai 9,834 menunjukkan bila Kualitas layanan (X₁), Kualitas produk (X₂), dan Suasana toko (X₃) tidak berubah bernilai nol, maka diperkirakan Kepuasan pelanggan (Y) yaitu 9,834.
2. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,367, mengindikasikan adanya hubungan positif dengan Kepuasan Pelanggan. Artinya, setiap peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1%, diharapkan akan ada kenaikan Kepuasan Pelanggan 0,367%.
3. Analisis koefisiensi regresi menunjukkan kualitas produk berpengaruh negatif signifikan pada kepuasan pelanggan. Setiap peningkatan kualitas produk 1% menghasilkan penurunan kepuasan pelanggan 0.240%.
4. Konstanta koefisien regresi faktor Suasana Toko sebesar 0,524 menandakan adanya pengaruh positif terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti setiap kenaikan 1% dalam Kepuasan Pelanggan diperkirakan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sekitar 0,524% secara signifikan.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan kepuasan pelanggan (Y) di-pengaruhi secara parsial kualitas pelayanan (X₁). Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan di Restoran Magal Korean BBQ Karawaci secara tidak langsung memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Berdasarkan beberapa indikator, seperti kualitas produk, kepuasan karyawan, kenyamanan, dan kea-manan, dapat menjadi faktor utama yang meningkatkan kepuasan pelanggan di Restoran Magal Korean BBQ Karawaci. Penemuan Penelitian ini mengikuti hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Elfirta Amirudin et al., 2025) yang “kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan”.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis menunjukkan Kepuasan Pelanggan (Y) tidak di-pengaruhi Kualitas Produk (X₂). Temuan ini menandakan bahwa kualitas produk di Restoran Korean BBQ Karawaci tidak memiliki pengaruh besar pada tingkat kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti tampilan makanan, aroma, serta rasa yang baru diteliti dapat menjadi masukan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Keberadaan indikator-indikator tersebut dapat dijadikan acuan bagi tingkat kepuasan di Restoran Magal Korean BBQ Karawaci.

Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya oleh (Teresa et al., 2024) menyatakan “kualitas produk tidak memengaruhi kepuasan pelanggan”.

3. Pengaruh Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan variabel Suasana Toko (X3) memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y). Ini menandakan bahwa suasana toko di Restoran Magal Korean BBQ Karawaci memiliki peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti keunikan, pencahayaan, tata letak penjualan, dan desain rak yang diteliti dapat menjadi keunggulan restoran. Keberadaan faktor-faktor tersebut dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan di Restoran Magal Korean BBQ Karawaci. Temuan penelitian ini konsisten dengan studi sebelumnya oleh (Widiyaningsih & Agustina, 2026) menyatakan bila “kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh suasana toko”.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian mengindikasikan Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Suasana Toko (X3) memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan kata lain, penurunan pada ketiga variabel tersebut akan menyebabkan penurunan Kepuasan Pelanggan. Sebaliknya, peningkatan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko akan mendorong naiknya Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini sama seperti penelitian sebelumnya oleh (Juliana Lumban & Nainggolan, 2024), yang menyatakan “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Toko berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan”.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan dampak Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, serta Suasana Toko terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Restoran Magal Korean BBQ Karawaci, yaitu:

1. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Magal Korean BBQ Karawaci. Bukti statistiknya terlihat dari nilai thitung 3,942 yang melebihi ttabel 1,661 serta nilai signifikansi 0,000 di bawah 0,05. Karena itu, kualitas pelayanan berperan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan.
2. Kualitas Produk tidak menunjukkan pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan Restoran Magal Korean BBQ Karawaci. Ini terlihat dari nilai thitung sebesar -1,184 lebih kecil 1,661 dan nilai sig 0,239 yang lebih besar 0,05. Dengan demikian, kualitas produk tidak berkontribusi secara parsial dalam menciptakan kepuasan pelanggan.
3. Lingkungan toko memberikan pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan Restoran Magal Korean BBQ Karawaci. Bukti terlihat dari nilai thitung 5,093 yang melebihi 1,661 serta nilai sig 0,000 di bawah 0,05. Dengan demikian, suasana toko berperan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana toko secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan di Restoran Korean BBQ Karawaci. Hal ini terlihat nilai thitung 57,703 melebihi ftabel 3,091 serta signifikansi 0,000 di bawah 0,05.
5. Koefisien determinasi yang diperoleh dengan nilai RSquare 0,643 mengindikasikan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Suasana Toko memengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 64%, sementara 36% sisanya dipengaruhi oleh variabel tambahan.

Referensi :

- Adawiyah, R., Wicaksono, H., Chairani, A., & Johani, P. (2025). Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Pelanggan di Rumah Makan 2 Tak Ampera Cabang Veteran , Jakarta Selatan survei dan analisis Partial Least Squares. *Jurnal Pariwisata*, 30(2), 164-178.
- Agatha, M., & Widianti, S. (2023). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO SEMBAKO SUMBER MULYA GONDANG Nissa'ul. *JURNAL ECONOMINA*, 2(10), 2898-2908.

- Agustina, P., & Ali, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk , Promosi dan Tempat terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(2), 100-107.
- Aidina Pristiria, R., Kismartini, & Hayu Dwimawanti, I. (2022). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Pertanahan Kota Semarang Factors Affecting The Quality Of Public Services at Kantor Pertanahan Kota Semarang. *Journal of Governmental, Political, Public Administration, Communication and Social Sciences*, 11(2), 533-546. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.5897>
- Aqiila Jannah, S., & Anindita, K. (2024). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 489-500.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Astuti, W., & Sholehah, I. (2024). PENGARUH MOTIVASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI KELURAHAN KUTA BUMI TANGERANG. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(0.1101/2021.02.25.432866), 1-15.
- Azizatusholihah, S., Syahlani, S. P., Peternakan, F., Mada, U. G., Peternakan, F., & Mada, U. G. (2025). Revisit Intention dalam Industri Modern : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan , Produk , Suasana , dan Lokasi pada Restoran. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10.
- Azmy, N. U. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Konsumen Kafe Bintang Sangak). *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1).
- Budi Paryanti, A., & Erie, T. (2024). PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. ITAMA BEKASI Atik. 14(1), 65-74.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan , Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(2), 76-85.
- Elfirta Amirudin, M., Purnomo, H., Nusantara PGRI Kediri, U., Ahmad Dahlan No, J. K., Mojoroto, K., Kediri, K., & Timur, J. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sociolla Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 4, 399-406. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/7775>
- Fadhilah, D. R., Muzzamil, F., & Wustari, L. (2024). Kualitas Pelayanan Sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan Restoran A. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 1501-1512.
- Fajri, C., & Amelya, A. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369-373.
- Fatih, F. Al, Lubis, N. P., Hsb, K. N., Guru, P., Ibtidaiyah, M., & Mandailing, S. (2026). Konsep Homogenitas dan Normalitas dalam Statistik serta Teknik Pengujiannya. *Journal Educational*, 1(3), 805-817.
- Felix, A., Salim, S. J., Karsten, J. M., Salim, S. J., Karsten, J. M., Felix, A., Salim, S. J., & Karsten, J. M. (2024). Pemanfaatan Teknologi Layanan Fine Dining untuk Meningkatkan Customer Experience dan Influence Satisfaction. *Technomedia Journal (TMJ)*, 8(3), 420-433.
- Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas. *Edu Society: Jurnal Pendidikan*, 4(3), 1812-1820. <https://doi.org/10.56832/edu.v4i3.577>
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi. *Jurnal Garuda*, 1(1), 8-15. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Hendajani, F., Wardhani, I. P., & Pramaishella, D. P. (2025). Implementasi Pengukuran Skala

- Likert Pada Aplikasi Edukasi Bahaya Toxic Parent Berbasis Web. *Journal Computer and Technology*, 3(1), 08-19.
<https://ojs.ninetyjournal.com/index.php/COMTECHNO/article/view/338>
- Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937-5948.
- Hoki, L., Simamora, R., & Michael. (2024). Analisis Pengaruh Cita Rasa , Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Bambu Ungu Resto. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4.
- Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA COFFEE SHOP MAMBAL. *Jurnal EMAS*, 4(November).
- Iqbal, M., & Salsabila, S. (2023). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kebiasaan Menonton Mukbang. *Muhammadiyah Journal of Nutrition and Food Science (MJNF)*, 4(2), 102. <https://doi.org/10.24853/mjnf.4.2.102-109>
- Juliana Lumban, P., & Nainggolan, B. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI J. SPARROW RESTORAN. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(8), 1015-1027.
- Kartina Manao, I. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI UD. ANIS BERKAT KECAMATAN TELUKDALAM. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2).
- Krisna Wibowo, R., & Baehaqi, M. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Suasana Toko, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Banana Bread and Cakes di Kabupaten Kebumen. *JIMMBA Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2), 278-287.
- Kusumastuti, S. Y., Fitri Anggraeni, A., Rustam, A., Elvia Desi, D., & Bayu, W. (2025). *METODOLOGI PENELITIAN: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Y. Agusdi (ed.); Vol. 2). Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lalo, S. H., Tudungnaung, S. A., Azkia, Z., & Eklesia, M. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran The Rock Burger Timoho Yogyakarta. *JBMA : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1), 26-32.
- Larosa, S., & Paludi, S. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FLASH COFFEE INDONESIA. *JURNAL EKONOMI USI*, 7(1), 105-115.
- Manggala, H., Adirinekso, G. P., & Si, M. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA SHABURI KELAPA GADING). *JIM Jurnal Ilmu Manajemen*, 19.
- Mobonggi, I. D., Achmad, N., & Hasan, I. K. (2022). ANALISIS REGRESI DATA PANEL DENGAN PENDEKATAN COMMON EFFECT MODEL DAN FIXED EFFECT MODEL PADA KASUS PRODUKSI TANAMAN JAGUNG. *INTERVAL: Jurnal Ilmiah Matematika*, 2(2), 52-67.
- Munawaroh, M., & Simon, Z. Z. (2023). Research of Business and Management The Influence of Store Atmosphere , Service Quality , Product Quality , and Price on Customer Satisfaction. *Research of Business and Management P-ISSN/e-ISSN:*, 1(1), 32-40.
- Nugroho, R. L., Novitaningtyas, I., & Lionora, C. A. (2025). DISKON HARGA, VISUAL MERCHANDISING, DAN ATMOSFER TOKO SEBAGAI ANTESEDEN PEMBELIAN IMPULSIF DI MINIMARKET. *REVENUE : Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 6(1), 45-58.
- Nurulita, F., Kamaruddin, K., & Asmini, A. (2023). Analisis Determinan Tingkat Kemiskinan Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 261-272. <https://doi.org/10.58406/jeb.v11i2.1314>
- Paul K P, J., Suratno, E., Kadar, M., Naibaho, R., Kumara Hati, S., & Aryati, V. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia.

- Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan, Jumanage*, 1(2), 94–102.
<https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage>
- Pramono, A., & Ahdika, A. (2023). Analisis Regresi Berganda pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Fisik Prever. *Emerging Statistics and Data Science Journal*, 1(1), 2022.
- Pratondo, A., & Eviani. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan di Asia Restoran. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4), 500–510.
- Putri, A. D., Ahman, A., Hilmia, R. S., Almaliyah, S., & Permana, S. (2023). Pengaplikasian Uji T Dalam Penelitian Eksperimen. *Jurnal Lebesgue : Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 4(3), 1978–1987. <https://doi.org/10.46306/lb.v4i3.527>
- Putri Juliani, R., & Erita, S. (2023). Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penilaian Kemampuan Berpikir Kritis dalam Konteks Sekolah Menengah. *JEID: Journal of Educational Integration and Development*, 3(3), 169–179. <https://doi.org/10.55868/jeid.v3i3.313>
- Quadratuddarsi, H., Meivawati, E., & Saputra, R. (2024). *Pelatihan Penelitian Metode Kuantitatif dan Systematic literature review bagi Dosen dan Mahasiswa*. 3(1), 22–32.
- Rahmadani, S., & Rizka Akbar, I. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Suku Dinas Pendidikan Wilayah I Kota Administrasi Jakarta Selatan. *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation*, 1(3), 926–936.
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan konsumen* (Hamdi (ed.); Cetakan I). UIN KHAS Press.
- Rosadi, R., Kurniawan, L. A., & Aziz, S. (2023). PENGARUH ATMOSFER TOKO DAN CITRA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA PELANGGAN SUPERINDO SUPERMARKET KARAWANG). *JMBO Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 79–84.
- Sagala, R., & Marbun, G. (2022). ANALISIS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN BPJS MANDIRI RAWAT JALAN PADA RUMAH SAKIT BINA KASIH MEDAN. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JMB)*, 22(September), 462–487.
- Siregar, E. (2025). *BUKU REFERENSI ANTECEDENT ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN* (N. Rismawati (ed.)). Penerbit Widina Media Utama.
- Siswo Adiguno, Yohanni Syahra, & Milfa Yetri. (2022). Prediksi Peningkatan Omset Penjualan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Sistem Informasi Tgd*, 1, 275–281.
- Sobiri, & Nashrullah. (2026). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Dalam Pendekatan Kuantitatif. *Psikosopen : Jurnal Psikososial Dan Pendidikan*, 13(1), 104–116. <https://www.preventionweb.net/news/preliminary-report-february-6-2023-earthquakes-turkiye>
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. PENERBIT ALFABETA BANDUNG.
- Susanti, I., & Saumi, F. (2022). Penerapan Metode Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas Pada Kasus Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Di Kabupaten Aceh Tamiang. *Gamma-Pi: Jurnal Matematika Dan Terapan*, 4(2), 38–42.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Theresia, A., Wahyudi, I., & Rahayu. (2026). Pengaruh Financial Technology , Financial Leverage , dan Likuiditas Terhadap Keputusan Investasi dengan Kinerja Keuangan Sebagai. *Journal of Innovative and Creativity*, 6(2), 24947–24956.
- Widiyaningsih, S., & Agustina, F. (2026). PENGARUH SUASANA TOKO, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEE

- SHOP DI BANDAR LAMPUNG. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 4(1), 1-9.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/7775>
- Winata, P. (2024). ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN BURGER KING DI PALEMBANG. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 689-703.
- Yoda, T. C., & Dewinda, N. M. (2023). ANALISIS ANOMALI PASAR MONDAY EFFECT DAN WEEKEND EFFECT PADA SAHAM PERUSAHAAN LQ 45 DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE FEBRUARI 2019 - JULI 2022. *Menara Ekonomi*, 9(2), 97-107.
- Yuliana, S. T., & Tuti, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(2), 94-106.
- Yusnita, Y., & Honesti, L. (2022). PENGARUH KESESUAIAN UPAH, TINGKAT PENDIDIKAN, PENGALAMAN KERJA DAN MANAJERIAL TERHADAP PRODUKTIVITAS TENAGA KERJA PADA PEKERJAAAN PASANGAN BATA PEMBANGUNAN GIS 150 kV KOTA PADANG. *Rang Teknik Journal*, 5(1), 43-50.
<https://doi.org/10.31869/rtj.v5i1.2712>