

Pengaruh *Store Atmosphere*, *Store Location*, Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Café Shop Kopi Kudu Medan

Fauzan Fadillah^{1*}, Indawati Lestari², Khairunnisak³, Wan Suryani⁴

Manajemen, Universitas Medan Area

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi global dan teknologi modern saat ini sangatlah pesat sehingga memberikan dampak kehidupan yang menjadi semakin lebih praktis dan ekonomis. Hal ini menyebabkan dalam dunia bisnis ikut berkembang dengan pesat, salah satunya yaitu industry cafe. Dari sekian banyak jenis *café*, *coffeeshop* merupakan salah satu jenis *café* yang paling menonjol dan paling banyak jumlahnya. Kopi Kudu Medan adalah salah satu industri yang berkembang pesat dibidang *coffe shop* dan kuliner. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam kepuasan pelanggan salah satunya *Store atmosphere*, *Store Location* dan cita rasa. Pengolahan data menggunakan SPSS dengan menguji analisis regresi linier berganda sebanyak 50 sampel dan penyebaran kuesioner dilakukan secara *offline*. Hasil penelitian menunjukkan Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh *Store Atmosphere* (X1) dan *Store Location* (X2). Berdasarkan hasil uji F, model regresi secara keseluruhan signifikan dengan nilai F sebesar 13,188 dan signifikansi 0,000 (<0,05), yang menunjukkan bahwa model regresi ini dapat menjelaskan variasi dalam kepuasan pelanggan. Namun, Cita Rasa (X3) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. **Kata kunci:** *Store atmosphere* (X1), *Store Location* (X2), cita rasa (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Abstract

The growth of the global economy and modern technology is currently very rapid, so that it has an impact on life that is becoming more practical and economical. This has caused the business world to develop rapidly, one of which is the café industry. Of the many types of cafes, coffee shops are one of the most prominent and most numerous types of cafes. Kopi Kudu Medan is one of the industries that is growing rapidly in the coffee shop and culinary fields. Many factors influence consumer behavior in customer satisfaction, one of which is Store atmosphere, Store Location and taste. Data processing using SPSS by testing multiple linear regression analysis of 50 samples and distributing questionnaires was carried out offline. The results showed that Customer Satisfaction (Y) was significantly influenced by Store Atmosphere (X1) and Store Location (X2). Based on the results of the F test, the overall regression model was significant with an F value of 13.188 and a significance of 0.000 (<0.05), which indicates that this regression model can explain variations in customer satisfaction. However, Taste (X3) did not have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Store atmosphere* (X1), *Store Location* (X2), Taste (X3) and Customer Satisfaction (Y)

Copyright (c) 2025 Fauzan Fadillah

✉ Corresponding author :

Email Address : fauzanfadillah0808@gmail.com

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi global dan teknologi modern saat ini sangatlah pesat sehingga memberikan dampak kehidupan yang menjadi semakin lebih praktis dan ekonomis. Hal ini menyebabkan dalam dunia bisnis ikut berkembang dengan pesat. Setiap pelaku usaha harus bisa berusaha bertahan dan bersaing dengan menonjolkan keunggulan dan keunikan masing-masing. Perilaku usaha di setiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan pertama. Perkembangan bisnis di era teknologi saat ini banyak hal yang dapat merubah perilaku masyarakat diantaranya cenderung menuntut gengsi, kenyamanan, pelayanan yang memuaskan dan kualitas produk atau jasa yang berkualitas baik.

Kopi Kudu Medan adalah salah satu industri yang berkembang pesat di bidang coffee shop dan kuliner. Sehingga terjadi persaingan yang ketat dalam industri makanan. Selain memiliki rasa yang enak, restoran sering kali menggunakan masakan yang inovatif, tidak biasa, dan imajinatif untuk menarik konsumen. Membuat sesuatu yang unik adalah salah satu cara untuk menonjol dari para pesaing. Sangat penting bagi toko untuk dapat menciptakan suasana ramah yang mendorong konsumen untuk berlama-lama. Untuk memastikan kepuasan konsumen, suasana toko seperti apa yang diinginkan konsumen haruslah modern. Suasana toko adalah cara lain untuk membedakan antar kafe. Jika konsumen merespons dengan baik lingkungan ritel yang dihadirkan oleh pemilik kedai kopi, peluang yang luar biasa akan dihasilkan.

Keluhan-keluhan dari para konsumen tersebut perlu diperhatikan oleh Kopi Kudu Medan, karena konsumen yang merasa sedikit kecewa akan menjadi sungkan dan bahkan tidak lagi berkunjung kembali untuk mengunjungi Kopi Kudu Medan. Selain itu, semakin banyak coffee shop lain yang menjadi pesaing Kopi Kudu Medan yang tentunya menawarkan kualitas layanan ataupun fasilitas yang baik untuk menarik konsumen untuk mengunjungi Kopi Kudu Medan. Di kota Medan, Kopi Kudu Medan juga memiliki pesaing seperti Selasa Communa, Makecents, Nokka dan coffee shop lainnya yang sama-sama terletak pada lokasi yang strategis dan tentunya sama-sama menawarkan berbagai pilihan produk. Hal tersebut, membuat Kopi Kudu Medan. Tentunya harus bersaing untuk mendapatkan konsumen. Konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian tentunya dipengaruhi banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam kepuasan konsumen.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *cafe atmosphere Store Location*, cita rasa dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian di Kopi Kudu Medan. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung di Kopi Kudu Medan pada. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif berupa hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden yaitu pelanggan di Kopi Kudu Medan. Sumber data yang digunakan adalah bentuk data primer yang diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada pelanggan di Kopi Kudu Medan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian secara langsung ke tempat penelitian dengan maksud memperoleh data primer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai keabsahan kuesioner dengan SPSS. Dengan 50 responden, rtabel sebesar 0,1515 pada taraf kepercayaan 5%. Pernyataan dianggap valid jika r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas tiap variabel ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai korelasi r	r Tabel (n =168, α = 5%)	Keterangan	Kesimpulan
<i>Cafe Atmosphere1 (X₁)</i>	0,605	0,1515	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Cafe Atmosphere2 (X₁)</i>	0,509		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Cafe Atmosphere3 (X₁)</i>	0,342		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Cafe Atmosphere4 (X₁)</i>	0,777		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Cafe Atmosphere5 (X₁)</i>	0,586		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Cafe Atmosphere6 (X₁)</i>	0,417		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Cafe Atmosphere7 (X₁)</i>	0,692		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Store Location1 (X₂)</i>	0,716	0,1515	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Store Location2 (X₂)</i>	0,607		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Store Location3 (X₂)</i>	0,609		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>Store Location4 (X₂)</i>	0,827		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Cita Rasa1 (X₃)	0,679	0,1515	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Cita Rasa2 (X₃)	0,646		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Cita Rasa3 (X₃)	0,268		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Cita Rasa4 (X₃)	0,670		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Cita Rasa5 (X₃)	0,500		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Cita Rasa6 (X₃)	0,339		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Keputusan Pembelian1 (Y)	0,695	0,1515	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Keputusan Pembelian2 (Y)	0,433		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Keputusan Pembelian3 (Y)	0,228		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Keputusan Pembelian4 (Y)	0,605		$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan Tabel 1, setiap pernyataan dalam kuesioner valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengukur konsistensi jawaban kuesioner, dengan SPSS sebagai alat analisis. Kuesioner dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6 atau 0,7.

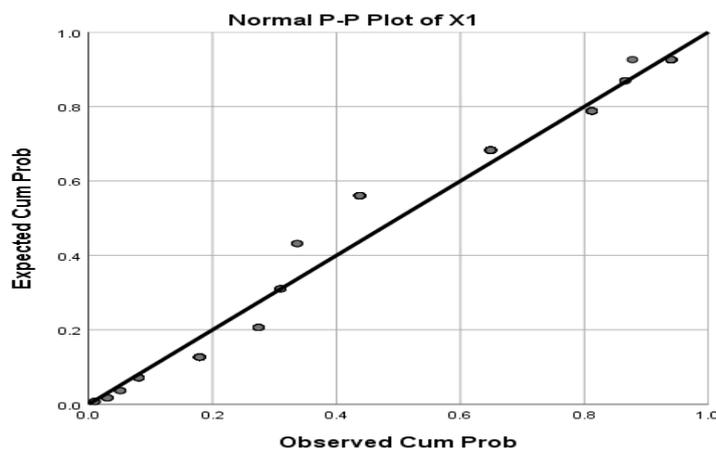
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	<i>Cafe Atmosphere (X₁)</i>	0,728	Reliebel
2.	<i>Store Location (X₂)</i>	0,775	Reliebel
3.	<i>Cita Rasa (X₃)</i>	0,705	Reliebel
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,639	Reliebel

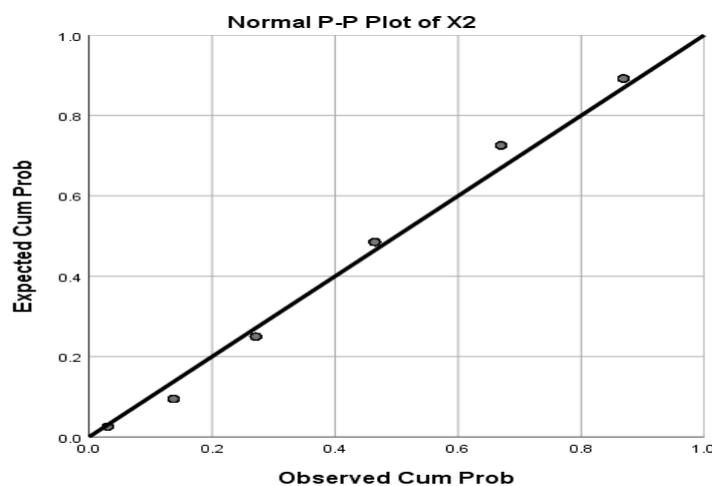
Berdasarkan Tabel 2, semua kuesioner dinyatakan reliabel dengan *Cronbach's Alpha* > 0,6, sehingga layak digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas

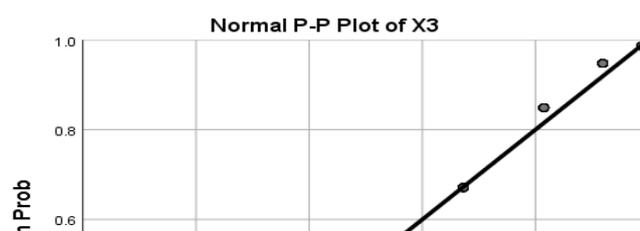
Uji normalitas berfungsi untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak terhadap variabel dependen dan variabel independen, dengan menggunakan metode Grafik *Normality Probability Plot*. Jika data menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi perkiraan normalitas.



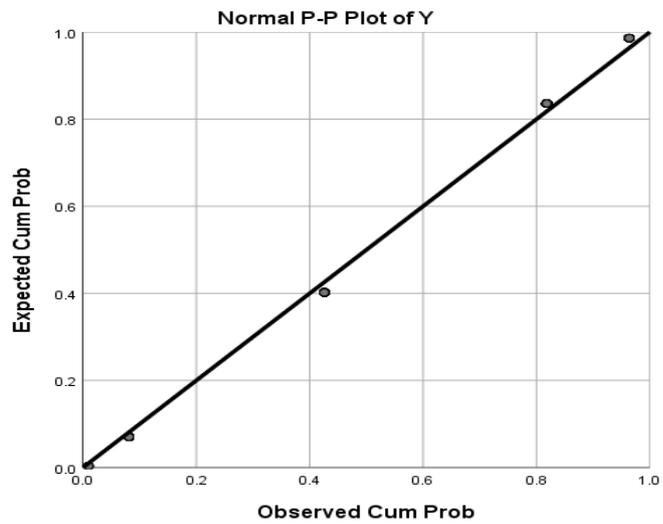
Gambar 1. Grafik Normality Probability Plot X1



Gambar 2. Grafik Normality Probability Plot X2



Gambar 3. Grafik Normality Probability Plot X3



Ga.....

Dari hasil normal *probability plot* di atas terlihat bahwa semua variabel data menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi perkiraan normalitas. Dapat dikatakan bahwa berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mengidentifikasi korelasi antar variabel bebas dengan nilai toleransi > 0,10 dan VIF < 10 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	4.196	.196		21.379	.000		
	X1	.285	.057	.616	4.993	.000	.322	3.102
	X2	-.386	.063	-.743	-6.117	.000	.333	3.000
	X3	.099	.066	.136	1.494	.137	.589	1.698

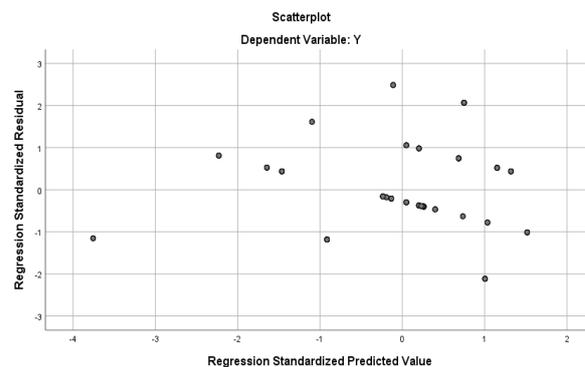
a. Dependent Variable: Y

VARIABEL	TOLERANCE	VIF
X1	0,322	3,102
X2	0,333	3
X3	0,589	1,698

Terlihat bahwa nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan ada tidaknya perbedaan varians residual dalam model regresi. Model dianggap bebas dari heteroskedastisitas jika nilai signifikansi > 0,05 dan titik-titik data tersebar tanpa pola tertentu.



Gambar 5. Hasil Uji Scatter Plot

Berdasarkan Gambar 5, Dapat dilihat bahwa titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu serta menyebar diatas dan dibawah titik nol pada sumbu y tetapi ada beberapa titik tidak begitu menyebar secara acak. ini menandakan bahwa mungkin terjadi heterokesasitas untuk variabel tersebut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda mengukur hubungan antara persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan. Hasil perhitungannya disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.196	.196		21.379	.000
	X1	.285	.057	.616	4.993	.000
	X2	-.386	.063	-.743	-6.117	.000
	X3	.099	.066	.136	1.494	.137

a. Dependent Variable: Y

Berikut model regresi yang dihasilkan

$$Y = 4.196 + 0,285X_1 - 0,386X_2 + 0,099X_3$$

1. **Konstanta (Constant):**

Nilai konstanta adalah **4.196**, yang berarti ketika semua variabel independen (X1, X2, X3) bernilai nol, maka nilai variabel dependen (Y) diprediksi sebesar 4.196.

2. **Koefisien X1 (0.285):**

a. Untuk setiap peningkatan satu unit pada **X1**, nilai **Y** diperkirakan meningkat sebesar **0.285**, dengan asumsi variabel lain konstan.

b. Nilai **Sig. (0.000)** menunjukkan bahwa pengaruh **X1** terhadap **Y** signifikan pada tingkat kepercayaan 95% (karena **Sig. < 0.05**).

3. **Koefisien X2 (-0.386):**

a. Untuk setiap peningkatan satu unit pada **X2**, nilai **Y** diperkirakan menurun sebesar **0.386**, dengan asumsi variabel lain konstan.

b. Nilai **Sig. (0.000)** menunjukkan bahwa pengaruh **X2** terhadap **Y** juga signifikan.

4. **Koefisien X3 (0.099):**

a. Untuk setiap peningkatan satu unit pada **X3**, nilai **Y** diperkirakan meningkat sebesar **0.099**, dengan asumsi variabel lain konstan.

b. Namun, nilai **Sig. (0.137)** menunjukkan bahwa pengaruh **X3** terhadap **Y** tidak signifikan (karena **Sig. > 0.05**).

Kesimpulan

a. Variabel **X1** dan **X2** memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel **Y**, dengan arah pengaruh yang positif untuk **X1** dan negatif untuk **X2**. Variabel **X3** tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel **Y** pada tingkat kepercayaan 95%. Secara keseluruhan, variabel yang signifikan dapat diprioritaskan untuk dianalisis lebih lanjut dalam memengaruhi **Y**.

Pengujian Hipotesis 1

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Bentuk pengujian pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 10% atau 0,1. Hipotesis diterima jika nilai signifikan < 0,1.

Tabel 5. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	4.196	.196		21.379	.000
	X1	.285	.057	.616	4.993	.000
	X2	-.386	.063	-.743	-6.117	.000
	X3	.099	.066	.136	1.494	.137

a. Dependent Variable: Y

1. **Untuk X1:**

- a. Nilai **t hitung**: 4.993
- b. **Sig.**: 0.000
- c. **Kesimpulan**: Karena **Sig. < 0.05**, maka **X1 berpengaruh signifikan** terhadap Y. Koefisien regresinya positif (**0.285**), menunjukkan hubungan positif.

2. **Untuk X2:**

- a. Nilai **t hitung**: -6.117
- b. **Sig.**: 0.000
- c. **Kesimpulan**: Karena **Sig. < 0.05**, maka **X2 berpengaruh signifikan** terhadap Y. Koefisien regresinya negatif (**-0.386**), menunjukkan hubungan negatif.

3. **Untuk X3:**

- a. Nilai **t hitung**: 1.494
- b. **Sig.**: 0.137
- c. **Kesimpulan**: Karena **Sig. > 0.05**, maka **X3 tidak berpengaruh signifikan** terhadap Y. Koefisien regresinya positif (**0.099**), tetapi hubungan ini tidak signifikan.

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa variabel independen X1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y, dengan nilai t sebesar 4.993 dan tingkat signifikansi 0.000 (Sig. < 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai X1, maka semakin tinggi pula nilai Y. Selanjutnya, variabel X2 memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Y, dengan nilai t sebesar -6.117 dan tingkat signifikansi 0.000 (Sig. < 0.05). Artinya, semakin tinggi nilai X2, maka nilai Y cenderung menurun. Namun, variabel X3 tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y, dengan nilai t sebesar 1.494 dan tingkat signifikansi 0.137 (Sig. > 0.05). Oleh karena itu, variabel X1 dan X2 merupakan faktor yang signifikan dalam memengaruhi Y, sementara X3 tidak memiliki pengaruh yang berarti dalam model regresi ini.

Pengujian Hipotesis 2

Uji F mengukur pengaruh simultan apakah variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Bentuk pengujian pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 10% atau 0,1. Jika nilai signifikan < 0,1 maka H0 ditolak dan H1 diterima.

Tabel 6. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.350	3	.450	13.188	.000 ^b
	Residual	5.595	164	.034		
	Total	6.945	167			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Interpretasi:

- a. **Nilai F:** Nilai F sebesar 13.188 mengindikasikan perbandingan antara variasi yang dijelaskan oleh model (regresi) dan variasi yang tidak dijelaskan (residual). Nilai F yang tinggi menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi data.
- b. **Sig. (p-value):** Nilai signifikansi (p-value) yang sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa model regresi secara keseluruhan **signifikan** dan dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y). Dengan kata lain, setidaknya satu dari variabel independen (X1, X2, X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Y.

Berdasarkan hasil ANOVA ini, kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang melibatkan variabel X1, X2, dan X3 sebagai prediktor untuk Y secara keseluruhan adalah signifikan dan mampu menjelaskan variabilitas dalam data Y dengan baik.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < adjusted R^2 < 1$), maka model tersebut dikatakan baik karena semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji F Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.441 ^a	.194	.180	.18471

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

- **R:** Nilai ini adalah koefisien korelasi antara variabel dependen dan prediktor dalam model. Dalam hal ini, nilai **R = 0.441** menunjukkan hubungan positif yang sedang antara prediktor (X1, X2, X3) dan variabel dependen (Y).
- **R Square (R²) = 0.194:** Ini berarti bahwa model regresi linier berganda ini menjelaskan sekitar **19.4%** dari variasi dalam variabel dependen Y. Artinya, masih ada **80.6%** variasi yang tidak dijelaskan oleh model dan mungkin dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam analisis.
- **Adjusted R Square = 0.180:** Nilai ini memperhitungkan jumlah variabel independen yang digunakan dalam model dan memberikan gambaran yang lebih akurat tentang sejauh mana model dapat menjelaskan variabilitas data. Nilai ini sedikit lebih rendah dibandingkan dengan R², tetapi memberikan indikasi yang lebih konservatif tentang kekuatan prediksi model.
- **Standard Error of the Estimate = 0.18471:** Ini adalah kesalahan standar prediksi model regresi. Nilai ini menunjukkan seberapa besar kesalahan rata-rata prediksi model untuk variabel dependen. Semakin kecil nilai ini, semakin baik model dalam memprediksi nilai Y.

Secara keseluruhan, model regresi ini memiliki kemampuan prediksi yang cukup rendah dengan R² sekitar 19.4%, yang menunjukkan bahwa lebih dari 80% variasi dalam Y belum dijelaskan oleh model ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Cafe Atmosphere (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), menunjukkan bahwa suasana kafe yang baik meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk membeli. Sebaliknya, Store Location (X2) berpengaruh signifikan namun dengan arah negatif, yang berarti lokasi yang strategis justru dapat menurunkan keputusan pembelian. Sementara itu, Cita Rasa (X3) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Secara keseluruhan, model regresi yang digunakan signifikan dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian, meskipun hanya mampu menjelaskan sebesar 19,4% dari total variasi, yang menunjukkan adanya faktor lain yang turut mempengaruhi keputusan pelanggan.

Referensi :

- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2019). Pengaruh Store atmosphere Pada Kepuasan Konsumen Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 251.
- Baker, K. R., & Trietsch, D. (2022). *Principles of Sequencing and Scheduling*. John Wiley & Sons.
- Ermawati, Y. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Lokasi, dan Konsep Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Rumah Turi Surakarta*. Surakarta.
- Fitriani, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Store atmosphere Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Breaktime Kota Bima. *Economy Deposit Journal*, 2(20).
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS versi 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Multivariat Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jugiyanto, H. M. (2020). *Metode Penelitian Bisnis*. BPFPE.
- Karya, H. (2019). *Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Warunk Upnormal di Kota Makassar*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi I Alih Bahasa: Bob Sabran, MM*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Kotler, P., Keller, Kevin, & Lane. (2019). *Manajemen Pemasaran. edisi 13*. Erlangga.
- LaBarbera, P. A., & Mazursky, D. (2019). A Longitudinal Assessment of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of the Cognitive Process. *Journal of Marketing Research*, 20(4), 393-404.
- Lestari, A., & Faizin, M. (2020). Pengaruh Store atmosphere dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen: Studi Kasus Warunk Upnormal Cabang Gresik. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 9(1).
- Lubis, Z., Sutrisno., & Andre, H. L. (2019). *Panduan Praktis Praktikum SPSS*. Universitas Medan Area. Medan.
- Mariyam, S., Hufron, M., & Hatneny, A. I. (2020). Pengaruh Word Of Mouth, Destination Image, Dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Wisata Pantai Pasir Putih Tuban. *Jurnal Riset Manajemen*, 9, 79.
- Marsum. (2019). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. CV Andi Offset.
- Meldarianda, R. (2020). Pengaruh Store atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 17(2).
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik (Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik)*. Pradina Pustaka.
- Pakpahan, M. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV. Rural Development Service.
- Priyatno, D. (2019). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami Untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Gava Media.
- Purba, T., P. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Gaya Hidup, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen Jabu Cafe Berastagi*.

- Putri, L., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2019). *Pengaruh Store atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepuasan Konsumen*.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2020). *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. CV Andi Offset.
- Santoso, S., & Aliani. (2019). *Pengaruh Variasi Menu, Harga, Jam Kerja, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Warung Tegel di Kecamatan Ciputat Timur*.
- Sarasuci, D. (2019). *Pengaruh General Interior Sebagai Elemen Store atmosphere Terhadap Minat Kunjung Ulang Konsumen Pada Cafe Labore Coffee Eatery Malang*.
- Septiano, K. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Koffe Racer Parittiga Bangka Barat*.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.
- Supriono, P. B. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion dan Impulse Buying. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying, 50*.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)*. ANDI.
- Tosun, C., Dedeoglu, B. B., & Fyall, A. (2015). Destination service quality, affective image and revisit intention: The moderating role of past experience. *Journal of Destination Marketing & Management, 222-234*.
- Umar, H. (2019). *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yusniawati, Y., & Finardi, A. I. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *Tourism and Hospitality Essentials. (THE) Journal, 987*.