

**KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN,
KEBERAGAMAN PRODUK, DAN *STORE ATMOSPHERE* PADA
ANAKPANAHI KOPI PLUS DI SOLO BARU**

Elen Sasa Belia Ornelia, Siti Maryam, Fithri Setya Marwati

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Email: stmuniba17@gmail.com

Abstract

This study aimed to ascertain and analyse the impact of service quality, product variety, and store atmosphere on customer satisfaction at Anak Panah Kopi Plus Solo Baru. This investigation was carried out at Anak Panah Kopi Plus Solo Baru. This study employs a quantitative approach. This investigation required three months to conclude. Infinite customers of Anak Panah Kopi in Solo Baru constituted the population of this investigation. This survey's sample consisted of 100 respondents. This research employs a non-probabilistic sampling strategy with methods of purposive sampling. The results indicated that service quality, product variety, and store atmosphere have a positive and significant effect on the consumers of Anak Panah Kopi Plus in Solo Baru. According to the results of the test for the coefficient of determination, service quality, product diversity, and store atmosphere influence customer satisfaction at Anak Panah Kopi Plus in Solo Baru by a model variable of 49.4%, while the remaining model variable of 50.6% is influenced by other factors not considered in this study.

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

1. PENDAHULUAN

Industri bisnis di bidang *coffee shop* menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir di Solo Raya. Pernyataan mendorong para wirausahawan sebagai upaya dalam membuka usaha baru dan menciptakan persaingan yang sehat antar kedai kopi lainnya. Banyak kedai kopi yang tampilannya semakin menarik dan eksklusif guna meningkatkan daya saingnya. Kafe kini lebih dari sekedar area sebagai upaya dalam menikmati kopi sambil bersantai, berbincang-bincang, dan bertemu teman, namun juga menjapada area dimana pengunjung dapat berfoto dan menikmati hidangan dan minuman yang tersedia.

Salah satu hal yang membuat pelanggan tertarik datang ke kafe ialah suasana toko yang unik dan menarik. Penampilan luar dan dalam kafe yang menarik dapat menjadi daya pemacu para pelanggan yang berkunjung ke kafe ini. Selain itu, para pengusaha kafe juga berusaha sebagai upaya dalam menawarkan aneka produk sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Kegiatan ini diterapkan sebagai upaya dalam meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif. Keberhasilan para pengusaha kafe dalam menciptakan suasana toko yang unik dan menarik serta menawarkan aneka produk akan berdampak positif pada industri *coffee shop*. Pernyataan akan mendorong pertumbuhan industri bisnis *coffee shop* di Solo Raya dan meninggalkan pengalaman yang mengesankan bagi para pelanggan. Namun, para pengusaha kafe harus terus berinovasi serta meningkatkan kualitas fasilitas yang diberikan demi memenuhi permintaan dan kebutuhan pelanggan agar tetap mempertahankan pelanggan serta meningkatkan daya saingnya.

Hal lain yang menjadi fokus para pengusaha kafe ialah kepuasan pelanggan. Jika pelanggan

merasa puas dengan fasilitas yang disediakan, besar ekspektasi mereka akan kembali membeli ulang dan menjadi pelanggan tetap di kafe. Oleh dikarenakan itu, pengusaha kafe harus terus berinovasi dan memperbaiki kualitas fasilitas yang ada sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam persaingan yang semakin ketat, para pengusaha kafe harus dapat beradaptasi dengan cepat dan menawarkan hal yang unik dan berbeda. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, diharapkan industri bisnis di bidang coffee shop dapat terus berkembang dan meninggalkan pengalaman yang mengesankan bagi para pelanggan.

Data statistik Indonesia Pada 9 Maret 2022, total produksi kopi Indonesia tahun 2021 menyentuh 774,60 ribu ton. Total ini bertambah dari 1,62% dibandingkan tahun lalu sejumlah 762,20 ton. Selama lima tahun terakhir, produksi kopi Indonesia menyentuh puncaknya pada tahun 2021. Sebaliknya, produksi kopi terendah ialah 716.100 ton pada tahun 2017 (databoks.katadata.co.id).

Kepuasan pelanggan berpengaruh besar terhadap citra *cafe*. Jika pelanggan tidak puas, kelak *cafe* dapat memperoleh citra buruk. Namun, jika pelanggan puas, kelak *cafe* akan memperoleh pujian dari pelanggan. Kepuasan pelanggan merujuk pada perasaan puas ataupun tidak puas yang dirasakan sesudah membandingkan kinerja suatu produk dengan ekspektasinya (Resti, 2021). Kepuasan pelanggan tercapai ketika produk yang diberikan memenuhi kebutuhan serta keinginan dengan baik dan kualitas tinggi. Pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan tetap dan berdampak positif pada *cafe* ini. Kepuasan pelanggan ialah respons yang diberikan pelanggan sesudah mengevaluasi persepsi mereka terhadap perbedaan antar ekspektasi awal ataupun kriteria kinerja lainnya dengan kinerja produk aktual yang dirasakan sesudah mengaplikasikan suatu produk ataupun jasa (Margiyatni *et al.*, 2020). Konsep kepuasan pelanggan tidak bersifat absolut, melainkan relatif dan tergantung pada ekspektasi yang dimiliki oleh pelanggan.

Kualitas pelayanan ialah faktor utama sebagai upaya dalam kepuasan pelanggan. Pernyataan merujuk pada tindakan yang diambil sebagai upaya dalam mencukupi kebutuhan pelanggan, sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Regina & Daryanto Seno, 2020). Dalam bisnis *cafe*, krusial bagi karyawan sebagai upaya dalam meninggalkan pelayanan yang ramah dan responsif, menyampaikan produk sesuai dengan permintaan tanpa menunda waktu, serta menciptakan suasana *cafe* yang nyaman dengan fasilitas yang memadai sebagai upaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebagai upaya dalam menilai kualitas pelayanan, perlu dibandingkan antar persepsi pelanggan atas pelayanan yang disuguhkan dengan ekspektasi mereka atas pelayanan yang disuguhkan dengan ekspektasi pelanggan terhadap atribut layanan perusahaan. Apabila produk ataupun layanan yang diperoleh sesuai dengan ekspektasi mereka, kelak kualitas pelayanan akan dianggap tinggi dan memuaskan. Namun jika produk ataupun jasa yang diperoleh melebihi ekspektasi pelanggan, kelak kualitas pelayanannya dinilai unggul (Rooroh *et al.*, 2020).

Aneka produk ataupun pilihan menu yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan menarik perhatian mereka secara emosional. Menu ataupun produk merupakan hal yang umum dalam bisnis ritel yang bertujuan sebagai upaya dalam memuaskan pelanggan (Wardhani dan Dwijayanti, 2021). Aneka produk merujuk pada berbagai variasi produk ataupun menu yang mencakup luas, kualitas, dan kedalaman pada perusahaan. Krusial bagi perusahaan *cafe* sebagai upaya dalam menyediakan aneka produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan tersedia di setiap *cafe*. Aneka produk ialah proses perencanaan dan pengendalian produk dalam kelompok ataupun sejumlah kelompok produk yang tersedia di toko eceran. Kelompok produk diklasifikasikan sesuai dari jenis dan tingkat anekanya, sehingga memudahkan pengecer dalam merencanakan variasi produk yang perlu dimiliki. Pernyataan bertujuan sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta meningkatkan daya saing perusahaan di pasar (Pojoeh *et*

al., 2019).

Store Atmosphere ialah suasana yang diciptakan pada area usaha ataupun toko sebagai upaya dalam menarik perhatian pelanggan dengan mengaplikasikan unsur-unsur yakni musik, pencahayaan, aroma, desain, dekorasi, dan lainnya sebagai upaya dalam meninggalkan pengalaman yang mengesankan bagi pelanggan (Wardhana, 2021). *Store Atmosphere* merupakan faktor krusial yang dipertimbangkan oleh pelanggan dalam menentukan kepuasan mereka terhadap area yang akan dikunjungi. *Store Atmosphere* ialah kombinasi dari fitur fisik toko yakni arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, suhu, musik, aroma, dan lainnya yang bisa menciptakan citra di benak pelanggan (Kurniawan dan Yulianto, 2021).

Anak Panah Kopi Plus Solo Baru, yang terletak di Jalan Raya Djlopo Grogol, Dusun I, Langenharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57552, menyajikan beberapa varian kopi sebagai menu andalan mereka. *Coffe Shop* ini menjapada area yang populer sebagai upaya dalam bersantai dan melepas penat sesudah aktivitas seharian, terutama bagi pelajar dan mahasiswa. Anak Panah Kopi Plus menawarkan fasilitas yakni colokan listrik, Wi-Fi, dan musik kekinian sebagai upaya dalam membuat pelanggan betah dan nyaman di *cafe*. *Cafe* ini juga cocok sebagai upaya dalam mengerjakan tugas sekolah ataupun berkumpul bersama keluarga.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini ialah pelanggan Anak Panah Kopi di Solo Baru yang berjumlah tidak terhingga. Sampel pada penelitian ini ialah pelanggan yang membeli produk di Anak Panah Kopi Plus yang berjumlah 100 responden. Penelitian ini penggunaan teknik *non-probability sampling* mengaplikasikan metode *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini: Pernah membeli pada Anak Panah Kopi Plus lebih dari satu kali, Membeli secara langsung menu apapun selama penelitian ini berlangsung yakni bulan Desember 2022-Februari 2023, Berusia > 17 Tahun, dikarenakan pada usia ini pelanggan sudah bisa objektif meninggalkan penilaian melalui pengisian kuesioner.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Penelitian ini mengaplikasikan uji *Kolmogorov-Smirnov*, suatu nilai yang mempunyai distribusi normal bila signifikansi lebih dari 0,05.

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp Sig 2-tailed</i>	<i>Standar</i>	Keterangan
0,965	0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari hasil pengujian di atas, kelak diketahui bahwasanya nilai signifikansinya ialah 0,965 yang menyimpulkan > 0,05. Oleh dikarenakan itu, dapat menyimpulkan distribusi normal dari data penelitian.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	Kriteria	<i>VIF</i>	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,682	0,1	1,467	10	Tidak Adanya Multikolinearitas
Keberagaman Produk	0,543	0,1	1,840	10	Tidak Adanya Multikolinearitas
<i>Store Atmosphere</i>	0,553	0,1	1,808	10	Tidak Adanya Multikolinearitas

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Sesuai dari analisis olah data yang sudah dilakukan, dinyatakan bahwasanya variabel, Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk dan *Store Atmosphere* mempunyai nilai *tolerance* > 0,1 serta nilai *VIF* < 10 yang menyimpulkan pada penelitian ini tidak ditemukan multikolinearitas pada penelitian ini.

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

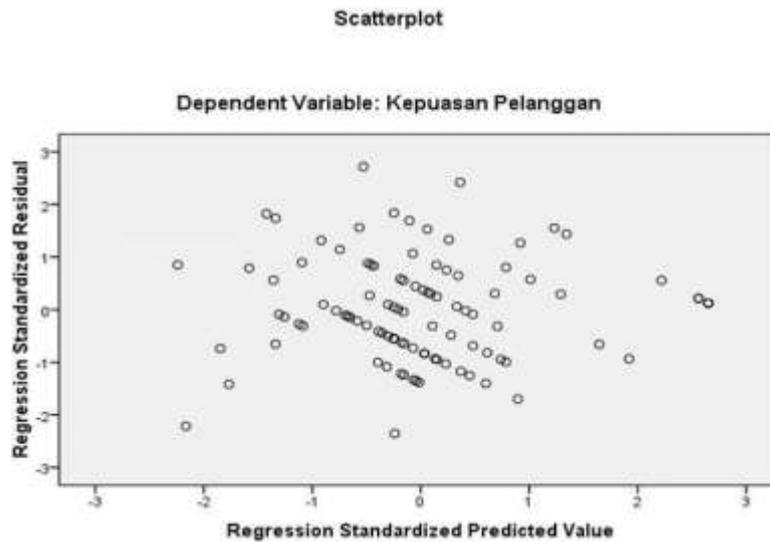
Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	<i>Sig (p value)</i>	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,783	Tidak adanya heteroskedastisitas
2	Keberagaman Produk	0,849	Tidak adanya heteroskedastisitas
3	<i>Store Atmosphere</i>	0,167	Tidak adanya heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Sesuai dari hasil olah data di atas, dinyatakan bahwasanya nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) sejumlah 0,783, variabel keberagaman produk (X2) sejumlah 0,849, dan variabel *Store Atmosphere* (X3) sejumlah 0,167 > 0,05. Sehingga disimpulkan bahwasanya model regresi tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas.

ScatterPlot juga dapat digunakan sebagai upaya dalam melakukan uji heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan variabel yang signifikan maka dinyatakan tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas.



Gambar 1 Grafik *Scatterplot* Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 menyimpulkan uji heteroskedastisitas dengan hasil tidak menghasilkan pola yang jelas dari titik-titik ini. Pernyataan menyimpulkan bahwasanya model regresi tidak mempunyai indikasi adanya gejala heteroskedastisitas. Menyimpulkan model regresi ini tidak mempunyai bias yang signifikan.

3.1.2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients</i>		<i>Unstandardized</i>	
Model		B	<i>Std. Error</i>
1	<i>(Constant)</i>	1,935	1,855
	Kualitas Pelayanan	0,151	0,044
	Keberagaman Produk	0,266	0,090
	<i>Store Atmosphere</i>	0,123	0,044

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Model regresi yang bisa dituliskan sebagai persamaan regresi linier dari analisis olah data ini ialah yakni dibawah:

$$Y = 1,935 + 0,151X_1 + 0,266X_2 + 0,123X_3 + e$$

Interpretasi hasil uji regresi linier berganda ialah yakni dibawah:

- a. Nilai konstan (a) sejumlah 1,935 bernilai positif menyimpulkan apabila variabel independent yakni kualitas pelayanan (X1), Keberagaman Produk (X2), *Store Atmosphere* (X3) nilainya sama dengan nol, kelak variabel dependent kepuasan pelanggan (Y) sejumlah 1,935
- b. Koefisien variabel kualitas pelayanan (b1= 0,151), menyimpulkan setiap peningkatan satu satuan variabel kualitas pelayanan, sementara variabel

- keberagaman produk dan *store atmosphere* bertahan pada 0 (nol), kelak kepuasan pelanggan akan meningkat sejumlah 0,151
- c. Koefisien variabel keberagaman produk ($b_2 = 0,266$), menyimpulkan setiap satuan variabel keberagaman produk, jika variabel kualitas pelayanan dan *store atmosphere* tetap (nol), kelak kepuasan pelanggan meningkat sejumlah 0,266
 - d. Koefisien variabel *store atmosphere* ($b_3 = 0,123$), menyimpulkan setiap kenaikan satu variabel *store atmosphere*, pada variabel kualitas pelayanan dan keberagaman produk tetap (nol), kelak kepuasan pelanggan meningkat sejumlah 0,123.

3.1.3. Hasil Uji Hipotesis

Jika nilai *t-test* dengan signifikan $< 0,05$, menyimpulkan variabel secara individual ataupun parsial berpengaruh yang besar terhadap variabel dependen. Dibawah ini akan diuraikan pengujian terhadap setiap variabel secara parsial.

Tabel 5
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan	3,440	1,984	0,001	0,05	H1 diterima H0 ditolak
Keberagaman Produk	2,968	1,984	0,004	0,05	H2 diterima H0 ditolak
<i>Store Atmosphere</i>	2,776	1,984	0,007	0,05	H3 diterima Ho ditolak

Sumber: Data Primer diolah, 2023

- a. Nilai t_{hitung} (3,440) $>$ t_{tabel} (1,984) serta nilai p (0,001) $<$ 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diperoleh, menyimpulkan kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Anak Panah Kopi Plus di Solo Baru .
- b. Nilai t_{hitung} (2,968) $>$ t_{tabel} (1,984) serta nilai p (0,004) $<$ 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diperoleh, menyimpulkan keberagaman produk berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Anak Panah Kopi Plus di Solo Baru .
- c. Nilai t_{hitung} (2,776) $>$ t_{tabel} (1,984) serta nilai p (0,007) $<$ 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diperoleh, menyimpulkan *store atmosphere* berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Anak Panah Kopi Plus di Solo Baru .

3.1.4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R Square	$Adjusted R$ Square	$Std. Error of the$ $estimate$	Keterangan
1	0,509	0,494	1,674	Berdampak sejumlah 49,4%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Sesuai dari hasil olah data pada tabel 6 menyimpulkan bahwasanya nilai koefisien determinasi (R^2) sejumlah 0,494, sehingga dapat diartikan bahwasanya

variasi variabel independent dari kualitas pelayanan (X1), keberagaman produk (X2), dan *Store Atmosphere* mempengaruhi terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan 49,4%, selebihnya 50,6% kepuasan pelanggan terpengaruh oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini yakni harga, citra merek dan promosi.

3.2. Pembahasan

Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Anak Panah Kopi Plus Solo Baru

Sesuai dari analisis hasil uji t diperoleh nilai thitung > ttabel ($3,440 > 1,984$) serta nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diperoleh. Dinyatakan bahwasanya kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Anak Panah Kopi Plus Solo Baru. Hasil penelitian ini disesuaikan dengan penelitian dahulu yang diadakan oleh Avianty dan Waloejo (2019) bahwasanya kualitas pelayanan yang tersusun atas *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Cafe Stove Syndicate* Semarang. Sejalan dengan penelitian yang diadakan oleh Rooroh *et al* (2020) bahwasanya kualitas pelayanan yang tersusun atas *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan studipada *Cafe Casa De Wanea* Manado.

Anak Panah Kopi Plus Solo Baru, meninggalkan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan dan berusaha sebagai upaya dalam meninggalkan pelayanan yang ramah, cepat, dan akurat. Anak Panah Kopi Plus Solo Baru meninggalkan perhatian terhadap kualitas layanan yang diberikan. Para barista dan bagian *kitchen* di *cafe* ini selalu berusaha sebagai upaya dalam menghasilkan produk yang berkualitas serta memenuhi standar yang sudah ditetapkan. Tetapi beberapa pelanggan yang berpendapat bahwasanya produk yang mereka pesan datang relatif lama dikarenakan mungkin jumlah karyawan yang berjaga saat itu tidak banyak. Beberapa pelanggan juga mengeluh mengenai bukti fisik lahan parkir yang kurang luas.

Pengaruh variabel keberagaman produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Anak Panah Kopi Plus Solo Baru

Sesuai dari analisis hasil uji t diperoleh nilai thitung > ttabel ($2,968 > 1,984$) serta nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diperoleh. Dinyatakan bahwasanya keberagaman produk berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Anak Panah Kopi Plus Solo Baru. Hasil penelitian ini disesuaikan dengan penelitian dahulu yang diadakan oleh Wardhani dan Dwijayanti (2021) bahwasanya keberagaman produk yang tersusun atas ketersediaan berbagai pilihan menu, aneka variasi rasa pada produk serta konsistensi dalam berinovasi pada menu baru berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan studi pada pelanggan *Coffee Shop Rustic Market* Surabaya. Sejalan dengan penelitian yang diadakan oleh Pojoh *et al* (2019) bahwasanya keberagaman produk yang tersusun atas ketersediaan berbagai pilihan menu, aneka variasi rasa pada produk serta konsistensi dalam berinovasi pada menu baru berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan Miniso Manado.

Produk yang dijual di Anak Panah Kopi Plus sudah sesuai dengan ekspektasi pelanggan dimana menu yang disajikan sangat beragam mulai dari makanan ringan hingga berat serta berbagai olahan minuman susu, soda, dan kopi. Dengan pilihan menu yang beragam, Anak Panah Kopi Plus dapat memenuhi kebutuhan serta selera para pelanggannya, baik sebagai upaya dalam makan siang, kelakn malam ataupunpun sekadar ngopi bersama teman-teman.

Pengaruh variabel *store atmosphere* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Anak Panah Kopi Plus Solo Baru

Sesuai dari analisis hasil uji t diperoleh nilai thitung > ttabel ($2,776 > 1,984$) serta nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diperoleh. Dinyatakan bahwasanya *store atmosphere* berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Anak Panah Kopi Plus Solo Baru. Hasil penelitian ini disesuaikan dengan penelitian dahulu yang diadakan oleh Wardhana dan

Sitohang (2021) bahwasanya *store atmosphere* yang tersusun atas kebersihan, musik, aroma, suhu, warna, tampilan ataupun tata letak berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Benpadang Sidoarjo. Sejalan dengan penelitian yang diadakan oleh Kurniawan dan Yulianto (2021) bahwasanya *store atmosphere* yang tersusun atas kebersihan, musik, aroma, suhu, warna, tampilan ataupun tata letak berdampak positif serta signifikan terhadapkepuasan pelanggan pada Excelso Panglima Sudirman Surabaya.

Anak Panah Kopi Plus Solo Baru juga meninggalkan perhatian terhadap tata letak dan suasana toko yang bisa menciptakan pengalaman yang nyaman dan mengesankan bagi pelanggan. *Cafe* ini didesain dengan estetika yang menarik, dengan suasana yang tenang dan nyaman sebagai upaya dalam bersantai ataupun bekerja. Penataan area duduk serta meja yang ada pada Anak Panah Kopi Plus sudah sesuai, akan tetapi ditemukan beberapa pelanggan yang mengeluh mengenai pintu keluar masuk *cafe* yang sempit jika sebagai upaya dalam dilewati beberapa orang.

4. KESIMPULAN

- a. Kualitas Pelayanan (X1) berdampak positif serta signifikan terhadap (Y) kepuasan pelanggan pada Anak Panah Kopi Plus di Solo Baru
- b. Keberagaman Produk (X2) berdampak positif serta signifikan terhadap (Y) Kepuasan Pelanggan pada Anak Panah Kopi Plus di Solo Baru
- c. *Store Atmosphere* (X3) berdampak positif serta signifikan terhadap (Y) Kepuasan Pelanggan pada Anak Panah Kopi Plus di Solo Baru
- d. Kontribusi variabel bebas (X) yang tersusun atas kualitas pelayanan, keberagaman produk dan *store atmosphere* sejumlah 49,4% terhadap variabel terikat (Y) dan sisanya 50,6% dikontribusikan oleh variabel yang tidak dapat diikutsertakan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Avianty, V., & Waloejo HD (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Aneka Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Stove Syndicate Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 67-72.
- Kurniawan, M. R., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan*
- Pojoh, L. S. A., Kindangen, P., & Arie, F. V. (2019). The Influencer Of Product Diversity And Store Atmosphere On Customer Satisfaction At Miniso Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 4543–4551.
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Area, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan Pada warkop Benpadang Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 51–59.
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Aneka Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14169>