

Analisis Faktor Suasana Lingkungan Kafe Dalam Meningkatkan Kenyamanan Konsumen Pada Kafe Teras Wirano Kota Makassar

Marduwati

Manajemen STIE Tri Dharma Makassar
marduwati@tridharmamakassar.ac.id

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh suasana kafe terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Teras Wirano Kota Makassar. Pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan teknik insidental. Sampel pada penelitian ini adalah 35 konsumen pada Kafe Teras Wirano Kota Makassar. Metode analisis data menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Suasana Lingkungan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kenyamanan konsumen Pada Café Teras Wirano Kota Makassar.

Kata Kunci : Suasana lingkungan, Kenyamanan Konsumen, Kafe

Abstract : *This study aims to analyze and determine the effect of a kafe atmosphere on customer satisfaction at Kafe Teras Wirano, Makassar City. Data collection uses primary data obtained from questionnaires using incidental techniques. The sample in this study were 35 consumers at the Teras Wirano Kafe, Makassar City. Methods of data analysis using simple linear regression analysis techniques. The results of hypothesis testing indicate that the atmosphere of the environment partially has a significant positive effect on consumer comfort at the Teras Wirano Café, Makassar City*

Keyword : *Environmental atmosphere, Consumer Convenience, Cafe*

PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis yang sangat ketat, mengharuskan pelaku usaha untuk dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Para pebisnis harus lebih jeli dalam melihat celah dan prospek dan karakteristik konsumen. Pembisnis hendaknya memperhatikan kualitas produk yang digunakan baik mulai bentuk, model, atribut hingga cara penyajiannya. Strategi pemasaran yang dapat mendukung pelaku bisnis untuk mampu bersaing dengan usaha sejenisnya, sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan konsumen pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas pelanggan.

Salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat adalah bisnis makanan. Saat ini banyak tempat berkumpul baik untuk kepentingan keluarga, bisnis, pertemanan atau sekedar untuk bertemu beberapa diantaranya adalah restoran, pusat perbelanjaan, taman, termasuk tempat ngopi atau yang lebih lazim disebut dengan kafe. Kafe adalah tempat makan, minum, “nongkrong”, dan tempat bersosialisasi oleh karena itu dibutuhkan kenyamanan dalam melakukan aktivitas-aktivitas didalam kafe tersebut sebelum makan, minum dan “nongkrong”. Pada saat konsumen menikmati makanan atau minuman lingkungan tentu saja berpengaruh terhadap kenyamanan makan dan minumannya. Kualitas peralatan pada kafe juga merupakan hal yang sangat penting, hal tersebut didukung oleh pendapat dari (Kotler dan Armstrong, 2012) dan Menurut (Marinkopvic *et. al*, 2014) sekarang kafe tidak hanya menawarkan makanan saja, tetapi juga memberikan suasana yang menyenangkan, yang mendorong para tamu untuk menghabiskan lebih banyak waktu di kafe bersama teman dan keluarga. Tak hanya sekedar makan, seseorang pergi ke sebuah kafe juga dengan keinginan untuk dihibur. Suasana kafe merupakan faktor paling penting dalam kepuasan konsumen, karena suasana kafe berpengaruh pada kepuasan konsumen, karena suasana kafe berpengaruh pada kepuasan konsumen (Haghighi *et. al* 2012).

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara suasana kafe restoran pada kepuasan niat perilaku konsumen kafe. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa suasana kafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain suasana kafe, lingkungan fisik merupakan penampilan yang berwujud dan karena itu menjadi sangat penting dalam membentuk kesan awal dalam harapan konsumen.

Menurut (Putri, 2014) kualitas merupakan salah satu bagian penting, karena pada bisnis jasa misalnya kafe, kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan konsumen. Keputusan konsumen untuk berkunjung ulang tentunya juga tergantung pada kepuasan mereka terhadap apa yang mereka dapatkan, kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang hasil kinerja dari suatu produk, dalam kaitannya dengan ekspektasi (Kotler dan Kettler, 2016). Pertumbuhan kafe yang terjadi memiliki kontribusi yang positif terhadap perkembangan kota, salah satunya menyangkut penyerapan tenaga kerja dan juga meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor usaha. Kafe yang menjadi salah satu representasi dari *third place* saat ini tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk meminum kopi, akan tetapi juga sebagai ruang sosial yang telah dikonsep ulang menjadi ruang – ruang berkumpul alternatif yang kemungkinan memiliki keterikatan dengan kondisi ruang pribadi sehari – hari (Rompas, 2017). Hal ini terlihat dari jumlah kafe di Indonesia yang mengalami perkembangan pesat, terutama di kota-kota besar di Indonesia seperti Makassar.

Kedekatan beberapa kafe dengan aktivitas lainnya yang memiliki karakter berbeda, seperti permukiman sering kali menimbulkan konflik. Mulai dari arus lalu lintas yang terganggu karena bahu jalan sebagai ruang parkir hingga polusi suara musik yang dimainkan dari dalam kafe merupakan beberapa permasalahan yang sering terjadi berkaitan dengan lokasi kafe. Keadaan tersebut bila tak segera diselesaikan akan membuat kehadiran dari kafe justru menjadi kontrak produktif dengan perkembangan kota. Kafe Teras Wirano merupakan salah satu bisnis di bidang makanan yang didesain dengan sangat menarik dengan nuansa modern.

Kafe Teras Wirano terletak di kota Makassar dan disana telah banyak kafe yang berdiri hingga saat ini. Tingginya tingkat persaingan di bisnis yang sama, mengharuskan Kafe Teras Wirano memiliki keunggulan dan bisa memuaskan konsumennya sehingga konsumen loyal. Salah satu strategi yang dilakukan pada Kafe Teras Wirano adalah desain yang sangat menarik, nyaman dan aman yang membuat pelanggan ingin selalu kembali ke Kafe Teras Wirano selain itu kualitas makanan dan minuman yang disajikan sangat diperhatikan, dari rasa cara penyajian makanan dan juga jenis makanan dan minuman yang ada sangat bervariasi. Harga yang ditawarkanpun bersaing dengan usaha sejenis, dan cenderung lebih terjangkau sehingga membuat pelanggan merasa puas datang dan kembali membeli di Kafe Teras Wirano. Kafe Teras Wirano dan menerapkan strategi pemasaran tersebut agar mampu bersaing dengan pesaingnya yang telah banyak merebak di kota Makassar. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan keunggulan yang kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan pada Kafe Teras Wirano kota Makassar.

Fenomena kunjungan *café* saat ini sangat pesat dikalangan para generasi muda maupun dikalangan orang dewasa tak terkecuali dikalangan mahasiswa bagian dari masyarakat yang sangat dekat dengan lingkungan *café*. *Café* sebagai tempat hiburan, diskusi, dan tempat kerja tugas para mahasiswa.

Store Atmosphere (Suasana Kafe)

Lingkungan fisik suatu kafe dapat teridentifikasi dari perencanaan yang tepat dan akan menghadirkan nuansa, suasana, dan estetika yang menarik bagi konsumen, sehingga hal tersebut diharapkan akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan Pembelian Ulang. (dalam jurnal Rubiyanti, 2016). Menurut (Berman dan Evans, 2014). *Store Atmosphere* merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. *Store Atmosphere* dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian. Elemen-elemen yang ada di dalam Suasana Kafe adalah komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan aroma.

Kenyamanan Konsumen

Sander dalam (Ardiana 2007) yang menyatakan bahwa kenyamanan adalah suatu kondisi perasaan dan sangat bergantung pada orang yang mengalami situasi tersebut. Kita tidak dapat mengetahui tingkat kenyamanan yang dirasakan orang lain secara langsung dengan observasi, kita harus menanyakan pada orang tersebut untuk memberitahukan pada kita seberapa nyaman diri mereka. Kolcaba (dalam Wirastri,dkk, 2021) mengungkapkan bahwa kenyamanan atau rasa nyaman adalah suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan ketentraman (suatu kepuasan yang meningkatkan penampilan sehari-hari) kelegaan (kebutuhan telah terpenuhi), dan transenden (keadaan tentang suatu yang melebihi masalah).

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dimana data yang dikumpulkan melalui data dari questionnaire, interview dan observasi. Metode deskriptif digunakan untuk mengambil gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena, atau untuk menentukan frekuensi distribusi suatu gejala atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dengan gejala lain (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah suasana lingkungan café dalam meningkatkan kenyamanan konsumen . Setelah melakukan pengamatan secara langsung maka didapatkan sampel sebanyak 36 orang.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30 dikatakan valid. Dengan menggunakan *SPSS 23 for windows* maka hasil pengujian validitas terhadap instrumen pernyataan Suasana Lingkungan (X) dan Kenyamanan Konsumen (Y) dapat disajikan sebagai berikut:

Variabel Suasana Lingkungan (X)

Hasil pengujian validitas data untuk variabel Suasana Lingkungan dapat dilihat dalam tabel 5.6 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Data untuk Variabel Suasana Lingkungan (X)
 Correlations

| | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | x1.6 | x1.7 | X |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|
| x1.1 Pearson Correlation | 1 | .727** | .430** | .454** | .450** | .430** | .454** | .766** |
| Sig. (2-tailed) | | .000 | .009 | .005 | .006 | .009 | .005 | .000 |
| N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| x1.2 Pearson Correlation | .727** | 1 | .330 | .576** | .544** | .330 | .576** | .691** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | | .001 | .000 | .001 | .001 | .000 | .000 |
| N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| x1.3 Pearson Correlation | .430** | .330 | 1 | .393 | .359 | 1.000** | .393 | .649** |
| Sig. (2-tailed) | .009 | .001 | | .009 | .004 | .000 | .009 | .000 |
| N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| x1.4 Pearson Correlation | .454** | .576** | .393 | 1 | .818** | .393 | 1.000* | .804** |
| Sig. (2-tailed) | .005 | .000 | .009 | | .000 | .009 | .000 | .000 |
| N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |

| | | | | | | | | | |
|------|---------------------|--------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|
| x1.5 | Pearson Correlation | .450** | .544** | .359 | .818** | 1 | .159 | .818** | .751** |
| | Sig. (2-tailed) | .006 | .001 | .004 | .000 | | .004 | .000 | .000 |
| | N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| x1.6 | Pearson Correlation | .430** | .330 | 1.000** | .393 | .159 | 1 | .393 | .649** |
| | Sig. (2-tailed) | .009 | .001 | .000 | .009 | .004 | | .009 | .000 |
| | N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| x1.7 | Pearson Correlation | .454** | .576** | .393 | 1.000** | .818** | .393 | 1 | .804** |
| | Sig. (2-tailed) | .005 | .000 | .009 | .000 | .000 | .009 | | .000 |
| | N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| X | Pearson Correlation | .766** | .691** | .649** | .804** | .751** | .649** | .804** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |

Berdasarkan tabel 1. yakni diantara semua nilai r hitung yang dihasilkan item pernyataan variabel Suasana Lingkungan memiliki nilai r hitung di atas 0,30 dimana nilai tertinggi 0,804 dan nilai terendah 0,649, karna semua item pernyataan memiliki nilai r hitung di atas 0,30. Maka seluruh item pernyataan memiliki nilai validitas atau valid, sehingga seluruh item pernyataan variabel Suasana Lingkungan (X) dapat diuji pada pengujian selanjutnya.

Variabel Kenyamanan Konsumen (Y)

Hasil pengujian validitas data untuk variabel Kenyamanan Konsumen dapat dilihat dalam tabel 5.7 sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Data untuk Variabel Kenyamanan Konsumen (Y)
Correlations

| | | y1.1 | y1.2 | y1.3 | y1.4 | Y |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| y1.1 | Pearson Correlation | 1 | .673** | .541** | .472** | .835** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .001 | .004 | .000 |
| | N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| y1.2 | Pearson Correlation | .673** | 1 | .309 | .694** | .826** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .066 | .000 | .000 |
| | N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| y1.3 | Pearson Correlation | .541** | .309 | 1 | .475** | .729** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .066 | | .003 | .000 |
| | N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| y1.4 | Pearson Correlation | .472** | .694** | .475** | 1 | .824** |
| | Sig. (2-tailed) | .004 | .000 | .003 | | .000 |
| | N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Y | Pearson Correlation | .835** | .826** | .729** | .824** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 2. yakni diantara semua nilai r hitung yang dihasilkan item pernyataan variabel Kenyamanan Konsumen (Y) memiliki nilai r hitung di atas 0,30 dimana nilai tertinggi 0,835 dan terendah 0,729. Karena semua item pernyataan memiliki nilai r hitung di atas 0,30. Maka seluruh

item pernyataan memiliki nilai validitas dan valid, sehingga seluruh item pernyataan variabel Kenyamanan Konsumen (Y) dapat diuji pada pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas terhadap instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai *conbach alpha* (a) lebih besar dari 0.60. Berikut uji reabilitas dalam bentuk tabel :

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas Data Variabel Suasana Lingkungan Dan variabel Kenyamanan Konsumen

| Variabel | Koofisien Reliabilitas (a) | Nilai Batas Alpha (a) | Keputusan |
|----------|----------------------------|-----------------------|--------------|
| X | 0,856 | 0,60 | Reliabilitas |
| Y | 0,817 | 0,60 | Reliabilitas |

Berdasarkan data pada Tabel 3. yakni angka-angka dari nilai *alpha cronbach's pada* seluruh variabel dalam penelitian ini semua menunjukkan besarnya diatas nilai 0.60 diantara semua variabel yang paling tinggi nilai *alpha cronbach's* adalah variabel X sebesar 0.857 dan yang terendah nilai *alpha cronbach's* adalah variabel Y sebesar 0.817. Hal ini berarti bahwa seluruh pernyataan untuk variabel independen dan dependen adalah reliabel dan dapat disimpulkan bahwa instrumen pernyataan kuesioner menunjukkan kehandalan dalam mengukur variabel-variabel dalam model penelitian.

Dalam rangka menguji faktor suasana lingkungan *kafe* dalam meningkatkan kenyamanan konsumen pada *Kafe* Teras Wirano Kota Makassar maka digunakan analisis regresi sederhana. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program *SPSS versi 23 for windows* dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Sederhana Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 19.748 | 2.075 | | 9.518 | .000 |
| X | .154 | .077 | .324 | 1.999 | .044 |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 4. diatas dapat diperoleh suatu model persamaan regresi linear sederhana, dimana nilai beta diambil dari *Unstandardized coefficients* sebagai berikut:

$$Y = 19.748 + 0.154X + e$$

Persamaan di atas menunjukkan bahwa :

- a) Nilai konstanta = 19.748; artinya bahwa dengan menganggap variabel independent constant, maka nilai Kenyamanan Konsumen akan naik sebesar 19.748 satuan.
- b) Bila terjadi peningkatan nilai variabel Suasana Lingkungan (X) sebesar 1 satuan, maka akan Kenyamanan Konsumen akan meningkat sebesar 0.154 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

Hasil Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (independent) secara parsial atau individual dalam mempengaruhi variabel tidak bebas (dependent). Adapun hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial)
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 19.748 | 2.075 | | 9.518 | .000 |
| X | .154 | .077 | .324 | 1.999 | .044 |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 5. diatas dapat diketahui faktor suasana lingkungan *kafe* dalam meningkatkan kenyamanan konsumen dapat dijelaskan bahwa diperoleh t_{hitung} adalah sebesar -1.999 sementara nilai t_{tabel} yaitu 1.69092 dari derajat bebas = $36-1-1 = 34$. Bila dibandingkan maka nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1.999 < 1.69092$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima pada taraf $\alpha = 5\%$. Dan berpengaruh signifikan jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) dan pada pengujian ini nilai signifikan Suasana Lingkungan $0,044 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Suasana Lingkungan (X) secara parsial berpengaruh terhadap Kenyamanan Konsumen (Y).

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Dalam uji regresi linear sederhana ini, dianalisis pula besarnya koefisien determinasi (R²) secara keseluruhan. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variabel independen Suasana Lingkungan menerangkan variasi variabel dependen Kenyamanan Konsumen pada Café Teras Wirano Kota Makassar . Dari hasil olah data menunjukkan hasil koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .324 ^a | .105 | .079 | 2.20065 |

Dari hasil tabel 6. koefisien determinasi di atas, menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada nilai R Square sebesar 0,105 atau 10,5%. Jadi dapat dikatakan bahwa 10,5% Kenyamanan Konsumen pada Café Teras Wirano Kota Makassar disebabkan oleh Suasana Lingkungan, sedangkan 89,5% sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Faktor Suasana Lingkungan Kafe Dalam Meningkatkan Kenyamanan Konsumen pada Café Teras Wirano Kota Makassar

Berdasarkan tabel 5.13 diatas dapat diketahui faktor suasana lingkungan *kafe* dalam meningkatkan kenyamanan konsumen dapat dijelaskan bahwa diperoleh t_{hitung} adalah sebesar -1.999 sementara nilai t_{tabel} yaitu 1.69092 dari derajat bebas = $36-1-1 = 34$. Bila dibandingkan maka nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1.999 < 1.69092$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima pada taraf $\alpha = 5\%$. Dan berpengaruh signifikan jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) dan pada pengujian ini nilai signifikan Suasana Lingkungan $0,044 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Suasana Lingkungan (X) secara parsial berpengaruh terhadap Kenyamanan Konsumen (Y).

Suasana lingkungan bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. Seperti yang dikemukakan Levy dan Weitz (Liu, 2016) semakin menarik, menyenangkan, nyaman, serta punya ciri khas unik yang tercipta dalam suasana akan menimbulkan kepuasan pada konsumen sehingga bisa membuat konsumen betah berlama-lama dalam *café*.

Hasil penelitian oleh Vivianli Liu (2016), Widiyanto (2014), Ferdiani (2013) menyatakan bahwa pelayanan dan suasana *café* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian tersebut memberikan bukti empiris bahwa suasana kafe mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga menurut hasil penelitian ini semakin baik suasana

kafena maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen karena pada hakikatnya, suasana café yang nyaman membuat konsumen betah di café.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang didukung dengan menggunakan program SPSS versi 23 analisis faktor suasana lingkungan kafe dalam meningkatkan kenyamanan konsumen Pada Café Teras Wirano Kota Makassar, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa Suasana Lingkungan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kenyamanan konsumen Pada Café Teras Wirano Kota Makassar.

- Alvionita, v. (2017). Analisis Faktor Lingkungan Fisik, Kualitas Produk, Dan Suasana Restoran Terhadap Niat Berkunjung Ulang Pada Wedangan Modern Di Surakarta.
- Berman, Berry and Joel R. Evans, (2014), *Retail Management*, New Jersey: Prentice Hall, dialih bahasakan oleh Lina Salim..
- Fardiani, Aprilia Nia. 2013), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Dyriana Bakery Dan Kafe Pandanaran. Universitas Diponegoro Semarang.
- Haghighi, Ali Dorosti, Afshin Rahnama and Ali Hoseinpour (2012). Evaluation of Factors Affecting Customer Loyalty In The Restaurant Industry. *African Journal of Business Management* Vol. 6(14)
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong, (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, dialih bahasakan oleh Benyamin Molan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,inc.
- Maharani, Annisa and , Nur Achmad. S.E., M.Si. (2016) Pengaruh Kompensasi, Motivasi, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pos indonesia Kantor Pos Wonogiri. *Skripsi thesis*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Marinković, Veljko, Vladimir Senić, Darko Dimitrovski (2014). The Antecedents Of Satisfaction And Revisit Intentions For Full-Service Restaurants. *Marketing Intelligence & Planning* 32(3)
- Putri, I. h. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Monopoli Kafe And Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2).
- Rompas, d., Tumbuan, w. j., & sumarauw, j. s. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Tridjaya Mulia Sukses. *jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 5(3).kotler, p. & armstrong, g. (2012), prinsip- prinsip pemasaran edisi 12 penerbit erlangga.
- Sugiyono. (2017). metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d. bandung : alfabeta, cv.
- Tjiptono, fandy., 2012, pemasaran jasa. jogjakarta: penerbit andi
- Utami, c. w. 2010. manajemen ritel : strategi dan implementasi operasionla bisnis ritel modern di indonesia. edisi 2, salemba empat, jakarta.
- Vivianli Liu (2016) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Suasana Kafe Terhadap Kepuasan Konsumen (studi di Goebox yogyakarta)
- Widyanto. 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden Kota Malang). vol. 14, no 1 (2014). *Journal.UB Universitas Brawijaya*
- Wirastri, U. ., Nurhaeni, N. ., & Syahreni, E. . (2021). Aplikasi Teori Comfort Kolcaba Dalam Asuhan Keperawatan Pada Anak Dengan Demam Di Ruang Infeksi Anak RSUPN dr. Cipto mangunkusumo. *Jurnal Kesehatan*, 6(1), 27–3