

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
FORE COFFEE SETURAN, YOGYAKARTA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

FRANSISKUS RIKIANTO TANAN

11190789

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

FRANSISKUS RIKIANTO TANAN

11190789

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : “Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan
Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Fore
Coffe Seturan, Yogyakarta”

Nama : Fransiskus Rikianto Tanan

NIM : 11190789

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Semester : Genap

Tahun Akademik : 2025/2026

Telah diperiksa dan disetujui

Yogyakarta,

Dosen Pembimbing



Jonathan Herdioko, SE., MM

PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fransiskus Likianto Tanan
NIM/NIP/NIDN : 11190789
Program Studi : Manajemen
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh store atmosphere, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Fore Coffee Seturan, Yogyakarta

dengan ini menyatakan:

- bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*

- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
- ☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
- ☐ Embargo permanen.*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

- ☐ dalam proses pengajuan paten.
- ☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
- ☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
- ☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
- ☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... ***
- ☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- ☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- ☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- ☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

DUTA WACANA

Yogyakarta, ...

Mengetahui,

Tanda tangan & nama terang pembimbing
NIDN/NIDK 0522107101.

Yang menyatakan,

Tanda tangan & nama terang pemilik karya/penulis
NIM 11190789

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI FORE COFFEE SETURAN, YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

FRANSISKUS RIKIANTO TANAN

11190789

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen Pada Tanggal 19 Juni 2025

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra.Umi Murtini, M.Si. :
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, M.M. :
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko S.E., M.M. :
(Dosen Pembimbing)



UTA WACANA

Yogyakarta,

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si., CSA., CRP



Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Fore Coffe Seturan, Yogyakarta

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun. Kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya lain maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, Mei 2025



Fransiskus Rikianto Tanan

11190789

HALAMAN MOTTO

“Jika kamu mencari siapa yang akan mengubah hidupmu, lihatlah di cermin.”

(Fransiskus Rikianto Tanan)

“Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu!”

(2 Tawarikh 15:7)

“Aku ditolak dengan hebat sampai jatuh, tetapi Tuhan menolong aku”

(Mazmur 118: 13)

“Aku tahu, bahwa Engkau sanggup melakukan segala sesuatu dan tidak ada rencana-Mu yang gagal”

(Ayub 42:2)

“I know it hurts sometimes, but you’ll get over it”

(Uzi vert)

DUTA WACANA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, saya persembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, kasih, serta motivasi yang tiada henti. Setiap tantangan yang saya hadapi di sepanjang perjalanan ini terasa lebih ringan berkat kehadiran dan semangat yang mereka berikan.

Semoga skripsi ini menjadi wujud nyata dari setiap usaha dan doa yang telah dipanjatkan, serta menjadi bentuk penghormatan atas semua pengorbanan yang telah diberikan. Untuk karya sederhana ini, saya persembahkan kepada:

1. Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, saya dedikasikan karya ini kepada Tuhan Yang Maha Esa, sumber kekuatan, dan petunjuk dalam setiap langkah hidup saya. Berkat-Nya, baik dalam sukacita maupun dukacita, membentuk saya menjadi pribadi yang lebih kuat dan penuh syukur. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud pengabdian atas semua kebaikan-Nya.
2. kepada diri saya sendiri, Fransiskus Rikianto Tanan. Terima kasih telah berjuang, bertahan, dan terus melangkah meski dalam keadaan sulit. Terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah, dan untuk merayakan setiap pencapaian, sekecil apa pun itu. Mari terus melangkah dengan penuh syukur dan semangat.
3. Dengan segenap cinta dan kerinduan yang tak pernah padam, aku haturkan terima kasih yang paling dalam kepada Bapak tercinta, Alm. Antonius Pasudi. Didikan keras Bapak sejak aku kecil telah menempaku menjadi pribadi yang tak mudah menyerah, meski langkahku kerap tertatih oleh rindu yang tak tersampaikan. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk mewujudkan harapan Bapak, agar semua anakmu dapat menggapai gelar sarjana, seperti yang selalu

Bapak impikan. Terima kasih, Bapak, atas segala peluh, doa, dan cinta yang kini hanya bisa kutitipkan pada langit-semoga damai selalu menyertai Bapak di surga. Untuk Mama tersayang, Elisabeth Limbu, yang sepanjang waktu mendidikku dengan kesabaran tanpa batas dan kasih sayang yang tak pernah habis, aku berterima kasih dengan segenap jiwa karena doa dan cinta mama selalu menuntunku melewati gelap dan sepi, menjadi kekuatan di setiap langkahku. Walaupun bapak dan mama tidak sempat merasakan pendidikan bangku kuliah, kalian telah memberikan segalanya, menanamkan harapan dan keyakinan, hingga akhirnya anak-anakmu bisa menyelesaikan pendidikan yang dulu hanya menjadi mimpi.

4. Saya juga mempersembahkan karya ini dengan segenap rasa haru dan syukur untuk kakak pertamaku Rosmitha Tanan, yang telah berjuang menggantikan peran Bapak, memikul beban yang begitu berat demi masa depanku. Kakak menjadi pelindung dan penopang, mengorbankan banyak hal agar aku tetap bisa melangkah, membiayai pendidikan dan memenuhi segala kebutuhanku sejak aku merantau di bangku SMA hingga hari ini. dengan perasaan yang tulus aku ucapkan terima kasih banyak atas kesabaran dan keikhlasan yang telah diberikan. Tak lupa, untuk kakak kedua, Richard Elan Tanan, yang telah ikut serta membantu membiayai dan memberikan fasilitas yang kubutuhkan selama merantau. Tanpa pengorbanan dan cinta kalian, mungkin langkahku tak akan pernah sampai sejauh ini.
5. Saya mengucapkan rasa terima kasih yang tulus kepada dosen pembimbing Jonathan Herdioko, SE., MM, atas kesabaran, arahan, dan bimbingan yang sangat berarti. Tanpa beliau, skripsi ini tidak akan mencapai titik akhirnya.

6. Kepada seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana. Terima kasih atas dukungan, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, yang telah Bapak/Ibu berikan selama perjalanan perkuliahan dan penulisan tugas akhir skripsi ini.
7. Kepada pasanganku terkasih yang telah setia membantu dan menemani dan juga selalu memberikan support tanpa henti kepadaku untuk selalu mengingat dalam mengerjakan skripsi ini sehingga akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kepada teman-teman Dan sahabat, seperti Donny, Indra, Tigo, Aray, Juan Niko, Fidel, Masbay, Epan, Carmen, Sisil, Adhy, Ican, Billy, Juan ngamel, yang telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup saya di Yogyakarta. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan kekuatan yang kita bagikan bersama, serta kepada yang telah menjadi sumber inspirasi dan ide dalam proses penulisan ini. Setiap masukan, saran, dan dorongan yang kalian berikan sangat berarti dan membantu saya untuk terus bertumbuh.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
10. Dan yang terakhir, saya mempersembahkan skripsi ini kepada orang yang selalu bertanya “ Kapan Skripsimu Selesai?”

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Fore Coffe Seturan, Yogyakarta**” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya banyak mendapatkan dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan tulus saya ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas setiap penyertaan, kekuatan, dan hikmat yang selalu diberikan sepanjang perjalanan ini.
2. Kepada kedua orang tua tercinta, Fransiskus Rikianto Tanan, yang selalu menjadi sumber dukungan, doa, dan semangat yang tak pernah padam.
3. Jonathan Herdioko, SE., MM selaku dosen pembimbing, atas segala bimbingan, nasihat, dan kesabaran yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M.,M.Min selaku dosen wali, atas segala bantuan, arahan, dan dukungan akademik selama masa studi.
5. Ibu Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan dalam menempuh pendidikan ini.

6. Seluruh responden dari Fore Coffee Seturan, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga data yang dibutuhkan dapat terpenuhi dengan baik.
7. Kepada teman-teman saya, seperti Donny, Indra, Tigo, Aray, Juan Niko, Fidel, Masbay, Epan, Carmen, Sisil, Adhy, Ican, Billy, Juan ngamel, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Terima kasih atas dukungan, kerja sama, dan semangat yang kalian berikan.



DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Store Atmosphere	9
2.1.2 Indikator Store Atmosphere.....	9

<u>2.2 Kualitas produk.....</u>	<u>12</u>
<u>2.2.1 Indikator kualitas produk</u>	<u>13</u>
<u>2.3 Kualitas Pelayanan</u>	<u>15</u>
<u>2.3.1 Tujuan kualitas Pelayanan</u>	<u>16</u>
<u>2.3.2 Indikator kualitas pelayanan</u>	<u>17</u>
<u>2.4 Kepuasan Pelanggan.....</u>	<u>20</u>
<u>2.4.1 Pengukuran kepuasan Pelanggan.....</u>	<u>21</u>
<u>2.4.2 Indikator kepuasan pelanggan</u>	<u>24</u>
<u>2.5 Penelitian Terdahulu</u>	<u>27</u>
<u>2.6 Kerangka Penelitian</u>	<u>28</u>
<u>2.7 Pengembangan Hipotesis.....</u>	<u>29</u>
<u>2.7.1 Hubungan <i>store atmosphere</i> terhadap kepuasan pelanggan di Fore Coffee Seturan.....</u>	<u>30</u>
<u>BAB III.....</u>	<u>33</u>
<u>METODOLOGI PENELITIAN.....</u>	<u>33</u>
<u>3.1 Jenis Penelitian.....</u>	<u>33</u>
<u>3.2 Data dan Sumber Data</u>	<u>34</u>
<u>3.2.1 Data Primer</u>	<u>34</u>
<u>3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....</u>	<u>34</u>
<u>3.3 Populasi dan Sampel.....</u>	<u>35</u>
<u>3.3.4 Variabel Penelitian</u>	<u>37</u>
<u>3.3.5 Pengukuran Variabel</u>	<u>40</u>
<u>3.4 Uji Instrumen Penelitian</u>	<u>41</u>
<u>3.5 Uji Hipotesis.....</u>	<u>45</u>

3.5.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	45
3.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	48
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN	49
4.1 Deskripsi Uji Hasil Instrumen	49
4.2 Hasil Uji Instrumen	51
4.3 Hasil Uji Realiabilitas	53
4.4 Profil Responden	55
4.4.1 Jenis kelamin	55
4.4.2 Berdasarkan Usia	56
4.5.1 Hasil Uji Pengaruh Variabel terhadap Kepuasan Pelanggan	65
BAB V	68
KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Keterbatasan Penelitian	69
5.3 Saran	70
5.4 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75

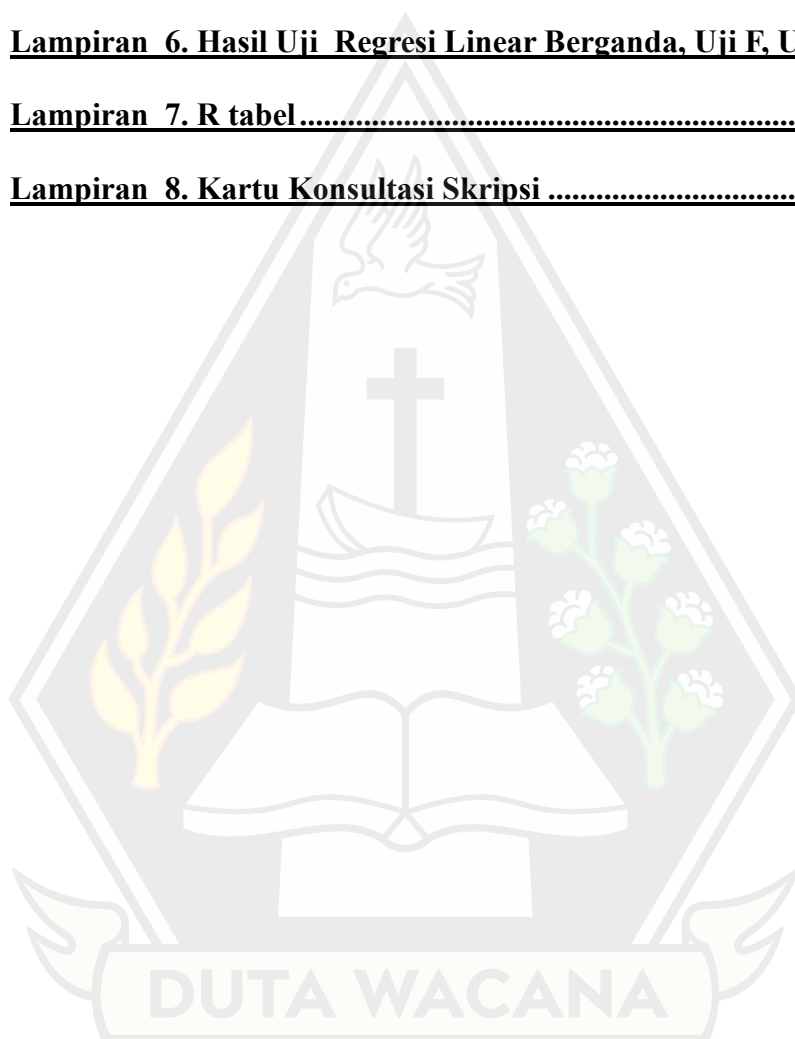
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	28
---	-----------



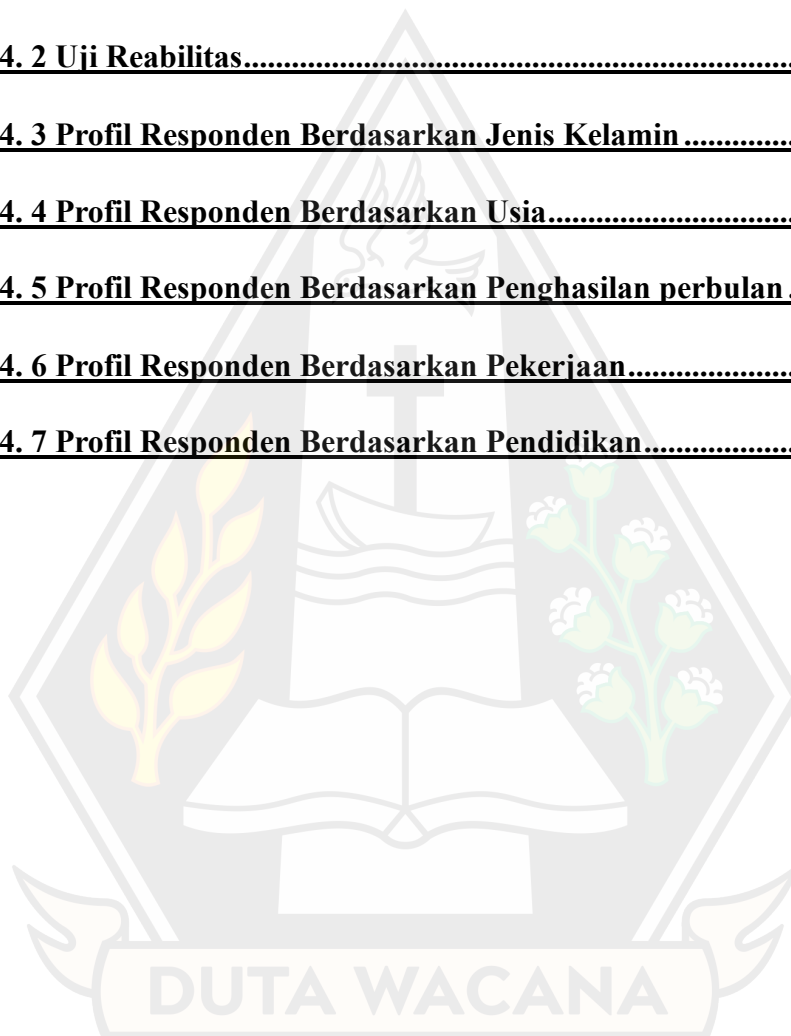
DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....</u>	<u>77</u>
<u>Lampiran 2. Data dan Jawaban Kuesioner.....</u>	<u>83</u>
<u>Lampiran 3. Profil responden.....</u>	<u>103</u>
<u>Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....</u>	<u>104</u>
<u>Lampiran 5. Hasil Uji Determinasi.....</u>	<u>108</u>
<u>Lampiran 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji T.....</u>	<u>108</u>
<u>Lampiran 7. R tabel.....</u>	<u>110</u>
<u>Lampiran 8. Kartu Konsultasi Skripsi.....</u>	<u>113</u>



DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1.1 Daftar Kedai Kopi di Seturan, Yogyakarta.....</u>	<u>4</u>
<u>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu</u>	<u>29</u>
<u>Tabel 3.1 Operasional Variabel.....</u>	<u>39</u>
<u>Tabel 4. 1 Uji Validitas</u>	<u>49</u>
<u>Tabel 4. 2 Uji Reabilitas.....</u>	<u>51</u>
<u>Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u>	<u>52</u>
<u>Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....</u>	<u>52</u>
<u>Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan perbulan</u>	<u>53</u>
<u>Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....</u>	<u>54</u>
<u>Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....</u>	<u>55</u>



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
FORE COFFEE SETURAN, YOGYAKARTA**

Fransiskus Rikianto Tanan

11190789

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

E-mail: 11190789@studens.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Fore Coffee Seturan, Yogyakarta. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya persaingan di industri kopi Seturan dan pentingnya kepuasan pelanggan sebagai indikator keberhasilan usaha. Metode kuantitatif digunakan dengan survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 pelanggan Fore Coffee Seturan. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS versi 27. Hasil menunjukkan ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,723, yang berarti 72,3% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan suasana toko, kualitas produk, dan pelayanan secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen Fore Coffee disarankan untuk terus meningkatkan ketiga aspek tersebut guna memperkuat loyalitas pelanggan dan daya saing di pasar kopi yang kompetitif.

Kata kunci: Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PRODUCT QUALITY, AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT FORE COFFEE
SETURAN, YOGYAKARTA***

Fransiskus Rikianto Tanan

1190789

Management Study Program. Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

E-mail: 11190789@studens.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of store atmosphere, product quality, and service quality on customer satisfaction Fore Coffee Seturan, Yogyakarta. The background of this study is the increasing competition in the coffee industry Seturan and the importance of customer satisfaction as an indicator of business success. Quantitative method is used with a survey through questionnaires distributed to 100 Fore Coffee Setur customers. The Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 27. The results showed that the three independent variables have a positive and significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of determination (Adjusted R²) of 0.723, which means 72.3% variation in customer satisfaction can be explained by these variables. These findings indicate that improved store atmosphere, product quality, and service directly increase customer satisfaction. Therefore, Fore Coffee management is advised to continue to improve these three aspects in order to strengthen customer loyalty and competitiveness in the competitive coffee market.

Keywords: Store Atmosphere, product quality, service quality, customer satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat, terutama pada sektor minuman kopi. Indonesia sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, telah menjadi pasar yang menjanjikan bagi para pelaku bisnis dalam industri ini. Pertumbuhan konsumsi kopi yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda, menjadikan industri kopi sebagai salah satu sektor yang kompetitif dan inovatif.

Yogyakarta, sebagai kota budaya dan pendidikan, menyaksikan pertumbuhan serta perkembangan jumlah kedai kopi secara signifikan. Hal ini ditandai dengan menjamurnya berbagai merek lokal maupun nasional yang bersaing menawarkan pengalaman minum kopi yang tidak hanya berfokus pada cita rasa, namun juga kenyamanan dan suasana tempat. Salah satu pelaku industri yang menarik perhatian adalah Fore Coffee, khususnya cabang Fore Coffee Seturan, yang dikenal dengan konsep futuristik serta menu kopi berkualitas tinggi yang digemari oleh mahasiswa dan masyarakat umum.

Fore Coffee didirikan pada tahun 2018, Fore Coffee tidak hanya berfokus pada rasa, tetapi juga menghadirkan pengalaman minum kopi yang menyenangkan secara estetika. Dengan target pasar utama kalangan muda dan pekerja profesional, Fore Coffee terus berkembang secara agresif. Pada tahun 2023, perusahaan berhasil menjual sekitar 18 juta gelas kopi, dan pada tahun 2024 menargetkan penjualan mencapai 30 juta gelas kopi. Produk Butterscotch Sea Salt Latte menjadi salah satu yang paling diminati pelanggan, menunjukkan bahwa inovasi produk yang

dilakukan berhasil menarik perhatian pasar. Fore Coffee juga menerapkan model kemitraan yang inovatif dan memiliki rencana ekspansi, termasuk pembukaan gerai baru dari 175 menjadi 240 pada tahun 2024, serta merambah pasar internasional seperti Singapura. Strategi ini menunjukkan bahwa Fore Coffee memiliki potensi besar dalam persaingan industri kopi di Indonesia, dengan fokus utama pada kualitas produk, inovasi, dan kepuasan pelanggan. Salah satu aspek penting dalam mempertahankan daya saing adalah *store atmosphere* atau suasana toko menjadi elemen penting yang mendukung kenyamanan pelanggan. Suasana yang menyenangkan akan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk tinggal lebih lama, melakukan pembelian berulang, bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Indriastuty et al. (2017) menekankan bahwa *store atmosphere* merupakan strategi penting dalam menarik minat pelanggan, meningkatkan kenyamanan saat memilih produk, serta membangun kesan positif terhadap toko. Sementara itu, Purnomo (2017) menjelaskan bahwa *store atmosphere* dapat diukur melalui tujuh indikator utama, yaitu kebersihan, musik, aroma, suhu udara, pencahayaan, warna, dan penataan produk. Selain *store atmosphere*, aspek kualitas produk juga penting untuk diperhatikan karena dapat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Kotler & Armstrong (2008) mengemukakan kualitas produk memiliki peran yang signifikan dalam menentukan efektivitas sebuah produk atau layanan. Produk yang berkualitas tidak hanya mencakup rasa yang konsisten, tetapi juga aroma, tekstur, dan tampilan yang memuaskan. Kegagalan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap kualitas dapat berdampak negatif terhadap citra dan loyalitas terhadap merek. Selanjutnya, kualitas pelayanan, aspek pelayanan juga berperan penting. Pelayanan yang mampu menciptakan pengalaman positif yang

membekas dalam benak pelanggan. Kotler & Armstrong (2008), menyatakan bahwa layanan yang berkualitas merupakan bagian penting dari nilai yang ditawarkan kepada konsumen, meskipun tidak bersifat fisik. Fore Coffee menunjukkan komitmen dalam memberikan pelayanan maksimal dengan menciptakan suasana nyaman, mendengarkan masukan pelanggan, serta menyediakan program loyalitas yang memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Fore Coffee Seturan merupakan salah satu gerai kopi yang berlokasi di kawasan strategis Seturan, Yogyakarta, sebuah area yang dikenal sebagai pusat aktivitas mahasiswa dan masyarakat urban. Letaknya yang dekat dengan berbagai perguruan tinggi dan pusat perbelanjaan membuat Fore Coffee mudah diakses dan menjadi pilihan favorit untuk bersantai, belajar, maupun bekerja. Berdasarkan Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa kawasan Seturan memiliki banyak kedai kopi yang menjadi pesaing langsung bagi Fore Coffee Seturan. Kondisi ini menciptakan persaingan yang cukup ketat dalam industri kedai kopi di wilayah tersebut.

Tabel 1.1 Daftar Kedai kopi di Seturan

NO	Nama	Alamat
1	Fore coffee	Jl. Seturan Raya, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta
2	CW Coffee & Eatery	Jl. Seturan Raya, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta
3	Menoewa Kopi Jogja	Depok, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta

4	Kopi Santai	Jl. Babarsari No.112, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta
5	HUB	Jl Raya Keledokan No 58, Kledokan, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta
6	Hofu coffee	Jl. Raya Kledokan No.11 RT01, RW.01, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta
7	Starbucks	Jl. Raya Kledokan, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Yogyakarta

Sumber : Data diolah Penulis, 2024

Dilihat dari lokasinya Fore Coffee mudah dijangkau dan menjadikan salah satu pilihan utama bagi konsumen yang ingin bersantai, belajar, maupun bekerja di luar rumah (Setyaningsih, 2021). Di tengah tingginya persaingan bisnis kedai kopi di kawasan tersebut, Fore Coffee mampu mempertahankan eksistensinya dengan terus menarik minat pelanggan. Beberapa kedai kopi lain yang juga hadir di kawasan Seturan antara lain CW Coffee, Starbucks, HUB, Hofu Coffee, Kopi Santai, dan Menoewa Kopi. Meski berada di tengah persaingan yang ketat, Fore Coffee tetap menunjukkan daya saing melalui inovasi menu, kualitas pelayanan, serta suasana gerai yang nyaman dan modern (Sutanto & Wibowo, 2022).. Fore Coffee Seturan menawarkan beragam pilihan minuman kopi dan non-kopi yang terus disesuaikan dengan tren dan preferensi konsumen. Desain interior bergaya minimalis modern menciptakan nuansa hangat dan estetik, sehingga sangat mendukung kenyamanan pelanggan. Tempat ini menjadi destinasi ideal bagi pelanggan yang ingin menikmati waktu senggang, berdiskusi, maupun menyelesaikan pekerjaan dalam suasana yang tenang dan mendukung. Selain itu,

Fore Coffee juga menyediakan berbagai fasilitas pendukung kenyamanan, seperti kursi ergonomis, pencahayaan yang nyaman, koneksi internet yang stabil, serta kebersihan lingkungan yang terjaga dengan baik. Semua elemen ini menjadikan pelanggan merasa betah untuk berlama-lama di dalam gerai, sekaligus menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan (Putri & Prasetyo, 2023).

Dengan berbagai keunggulan tersebut, Fore Coffee Seturan menjadi objek penelitian yang menarik, terutama untuk mengkaji bagaimana pengalaman pelanggan terbentuk melalui variabel-variabel seperti *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Keberhasilan Fore Coffee Seturan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah tingginya tingkat persaingan menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki kontribusi penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan penjabaran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Fore Coffee Seturan, Yogyakarta ?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Fore Coffee Seturan, Yogyakarta?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Fore Coffee Seturan, Yogyakarta?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini dirumuskan berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Fore Coffee Seturan, Yogyakarta.
- b. Untuk menguji kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Fore Cofee Seturan, Yogyakarta.
- c. Untuk menguji kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Fore Coffee Seturan, Yogyakarta.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat langsung bagi peneliti dalam memperluas wawasan di bidang pemasaran, khususnya terkait pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengimplementasikan gagasan-gagasan yang telah diperoleh selama kuliah dalam konteks praktis di dunia usaha, sehingga dapat mengasah kemampuan analisis dan pemecahan masalah secara aplikatif.

b. Manfaat bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik bagi universitas sebagai institusi pendidikan, khususnya dalam pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi ilmiah bagi sivitas akademika, baik dosen maupun mahasiswa, yang tertarik untuk mengkaji isu-isu terkait kepuasan pelanggan, strategi pemasaran, maupun pengelolaan kedai kopi modern di era persaingan yang kompetitif.

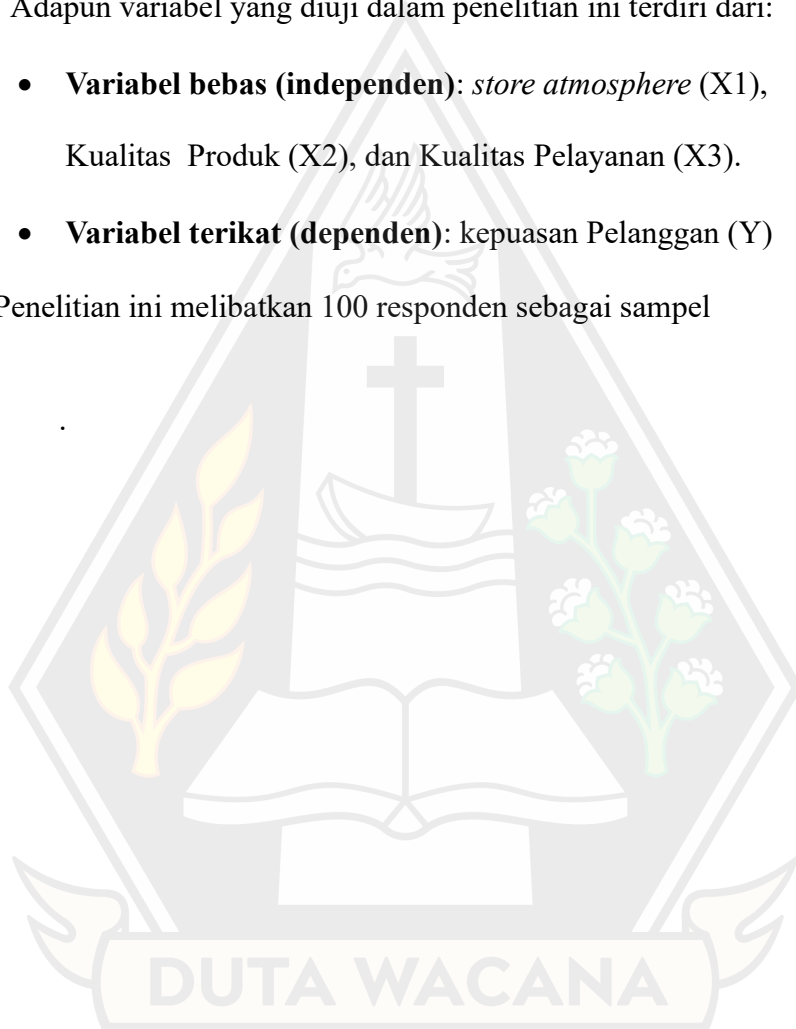
c. Manfaat bagi Perusahaan Fore Coffe Seturan, Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pemikiran dan juga informasi yang dapat dimanfaatkan oleh Fore Coffee Seturan, dalam meningkatkan kualitas layanan dan strategi pemasaran. Temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan atau strategi yang berfokus pada peningkatan suasana kedai, kualitas produk, dan pelayanan yang optimal demi terciptanya kepuasan serta loyalitas pelanggan.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian memiliki fokus yang lebih spesifik dan tidak melebar, peneliti menetapkan batasan-batasan tertentu yang menjadi ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini. yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, dengan fokus pada Pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk di Fore Coffee Seturan, Yogyakarta.
2. Waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung mulai dari bulan September 2024 hingga Mei 2025.
3. Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini terdiri dari:
 - **Variabel bebas (independen):** *store atmosphere* (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3).
 - **Variabel terikat (dependen):** kepuasan Pelanggan (Y)
4. Penelitian ini melibatkan 100 responden sebagai sampel



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pengujian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. dimana Sebagian besar di dominasi oleh laki laki dengan jumlah 63 ,berdasarkan usia 17-26 tahun sebanyak 91, kelompok penghasilan perbulan terbanyak adalah 2.000.000 - 3.000.000 sebanyak 32, dan mayoritas responden berstatus pelajar dengan jumlah 70, responden dengan pendidikan terakhir tingkat SMA sebanyak 65. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Fore Coffee Seturan, Yogyakarta, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. ***Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.**

Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko seperti kebersihan, aroma, pencahayaan, tata letak, dan kenyamanan tempat memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan.

- b. **Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.**

Semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan, baik dari segi rasa, variasi, dan estetika, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap produk Fore Coffee.

- c. **Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.**

Aspek seperti keramahan, kecepatan layanan, dan sikap barista yang profesional berkontribusi langsung dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Secara simultan, ketiga variabel independen (*store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 72,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan jumlah 100 responden pelanggan Fore Coffee Seturan. Jumlah ini cukup untuk memberikan gambaran umum. Namun tidak bisa di generalisasi untuk seluruh pelanggan Fore Coffee dicabang yang lain atau untuk kedai kopi lain di Yogyakarta. Dikarenakan Karakteristik demografis dan preferensi pelanggan di lokasi lain mungkin berbeda sehingga hasil penelitian ini bersifat spesifik pada Fore Coffee Seturan.

2. Keterbatasan Subjektivitas Responden

Kepuasan pelanggan merupakan variabel yang bersifat subjektif, dan seluruh data pada penelitian ini diperoleh melalui kuesioner dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman, mood, serta ekspektasi masing-masing

responden. Yang dapat memunculkan variabilitas yang tidak sepenuhnya mencerminkan kenyataan objektif dari produk atau layanan yang ditawarkan oleh Fore Coffee Seturan.

3. Keterbatasan variabel yang diteliti

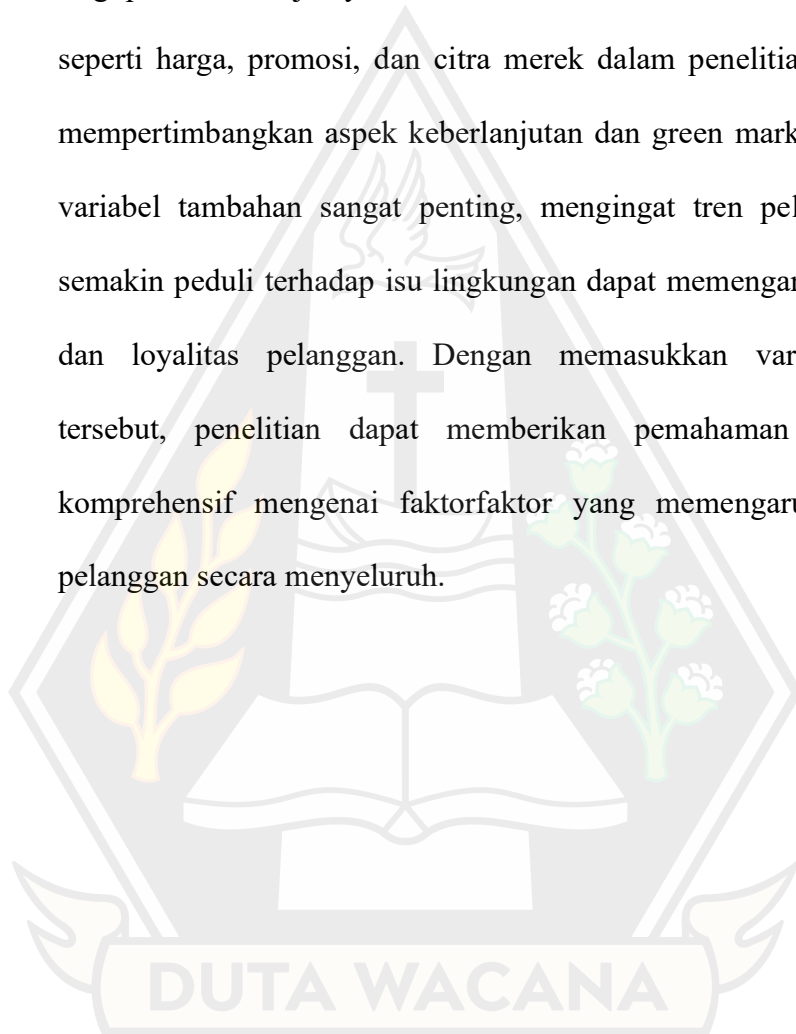
Penelitian ini mengkaji tiga variabel independen, yaitu store atmosphere, kualitas produk, kualitas pelayanan. Padahal, terdapat variabel lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan, seperti harga, promosi, loyalitas merek, hingga faktor lokasi kedai.

5.3 Saran

1. Bagi Fore Coffee Seturan, disarankan untuk terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas suasana toko dengan memperhatikan detail seperti pemilihan musik yang sesuai, pengaturan suhu ruangan, pencahayaan yang nyaman, dan penataan interior yang menarik bagi segmen pelanggan muda sebagai target utama.
2. Dalam aspek produk, inovasi dan konsistensi dalam penyajian kopi harus dijaga. Termasuk menjaga kualitas rasa, presentasi, serta keberagaman menu menjadi hal penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.
3. Untuk kualitas pelayanan, pelatihan berkala bagi staf barista dan kasir sangat dianjurkan agar dapat memberikan layanan prima yang konsisten, cepat, dan ramah, dan profesional, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

5.4 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan hasil yang lebih baik, penulis menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan variabel yang lebih beragam dan komprehensif.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, dan citra merek dalam penelitian. Selain itu, mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan green marketing sebagai variabel tambahan sangat penting, mengingat tren pelanggan yang semakin peduli terhadap isu lingkungan dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan memasukkan variabel-variabel tersebut, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara menyeluruh.



DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Yogyakarta. (2023). *Statistik sektor jasa kuliner Yogyakarta 2022/2023*. BPS Kota Yogyakarta.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail management: A strategic approach* (13th ed.). Pearson.
- Binus Accounting. (2021, August 12). Memahami uji t dalam regresi linear. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>
- Chen, L., Zhang, Y., & Li, X. (2023). The impact of product quality dimensions on customer satisfaction and loyalty in retail markets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70, 103121.
- Christina Ehidya Utami. (2014). Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(3), 295–305.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Etta, R., & Sopiah, S. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 123–135.
- Fore Coffee. (2023). *Annual report 2023*. Fore Coffee Indonesia.
- Fore Coffee. (2024). *Business expansion plan 2024*. Fore Coffee Indonesia.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google Maps. (2024). *Coffee shops near Seturan Yogyakarta*. <https://maps.google.com>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Handayani, S. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Penerbit Erlangga.
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of store atmosphere on customer purchase intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 35–43.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2017). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi 3). Salemba Empat.

- Mulyono, A. (2018). *Statistik dan probabilitas dalam aplikasi bisnis*. Graha Ilmu.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. The Free Press.
- Prasetyo, D., & Heryanto, A. (2022). Analisis preferensi konsumen terhadap kedai kopi independen di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 85–97.
- Purnomo, H. (2017). *Manajemen store atmosphere: Teori dan aplikasi dalam bisnis ritel*. Andi.
- Putra, A. M., Santoso, H. B., & Wibowo, S. T. (2023). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kopi di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 112–125.
- Putra, I. G. A. A., & Sari, N. L. P. (2022). Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada kedai kopi di Bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45–56.
- Rajali, N. F., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Owner Store Tanjung Tabalong. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(1), 43–55.
- Rangkuti, F. (2017). *Manajemen pemasaran jasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rinawati, D. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk kopi di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(3), 210–221.
- Riyani, H. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada industri jasa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 123–135.
- Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, I. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Penerbit Andi.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Setyaningsih, D. (2021). Strategi lokasi usaha di kawasan komersial Seturan Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 145–156.
- Sudarso, S. (2019). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi Revisi). Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sutanto, A., & Wibowo, R. (2022). Analisis persaingan kedai kopi dalam industri kuliner urban. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 7(1), 88–97.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan dan penelitian* (Edisi 3). Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2018). *Pemasaran strategik* (Edisi 5). Penerbit Andi.
- Tri Murni, & Nabila, Y. H. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Fore Coffee Seturan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 12(1), 45–58.
- Wijaya, R., & Prasetyo, A. (2023). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty in the coffee shop industry. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 14(1), 45–60.
- Wijaya, T., & Hidayat, P. (2021). Coffee-shop competition and customer loyalty in Indonesian urban areas. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 210–224.
- Wibowo, A., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada toko ritel modern di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 45–56.
- Wibowo, S. T., Santoso, H. B., & Putra, A. M. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 78–89.

