

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGANDI CAFE ARLINS FOOD & COFFE

Andre Eka Prasetyo^{1*}, Tri Sudarwanto², Rohmad Prio Santoso³

^{1,3}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hayim Asy'ari

²Universitas Negeri Surabaya

Jl. Irian Jaya No.55 Tebuireng, Cukir, Kec. Diwek, Kab. Jombang

Informasi Artikel

Diterima: 3 Agustus 2022

Revisi: 7 Agustus 2022

Diterima: 16 Agustus 2022

Kata kunci:

Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

Korespondensi

*Penulis korespondensi :

andreekaprasetyo169@gmail.com

trisudarwanto@unesa.ac.id

rohmad.love@gmail.com

Abstrak

Setiap pemilik usaha makanan atau minuman, baik dalam bentuk *stand*, restoran dan café bertujuan sama dalam mendapatkan laba sebanyak mungkin dan menekan biaya operasional. Demi tercapainya tujuan, pemilik dapat memberikan pelayanan yang berkualitas serta mempertimbangkan tempat usaha. Harapannya dengan kedua faktor tersebut menjadikan pelanggan lebih puas, terhubung kembali dengan tujuan utama yaitu laba. Penelitian yang dilakukan di Café Arlins Food&Café mempertimbangkan dua variabel yaitu kualitas pelayanan dan lokasi kepada variabel lainnya yaitu kepuasan pelanggan. Café yang terletak di Jl. Pacet-Gondang Kabupaten Mojokerto, didapati peneliti memiliki kedua variabel tersebut namun masih minimal data mengenai kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan angket untuk memperoleh data primer, kemudian dianalisis secara kuantitatif yakni kausal komparatif. Menggunakan teknik *random sampling* pada 96 responden diketahui variabel kualitas pelayanan dan lokasi memberikan pengaruh secara positif baik secara serentak maupun terpisah kepada kepuasan pelanggan. Kedua variabel tersebut dapat terus dipertahankan bahkan ditingkatkan oleh pihak Café Arlins Food&Café demi meningkatkan pelanggan baik dari segi kuantitas maupun kepuasan.

How to Cite

Prasetyo, A. E., Sudarwanto, T., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Arlins Food & Coffe. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(1), 27–36. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i1.5293>

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan wadah jual beli barang atau jasa kepada konsumen. Kemajuan dunia bisnis ritel yang pesat ini berdampak pada meningkatnya jumlah unit khusus baru yang dikirimkan oleh masyarakat luas, baik lingkup kecil, menengah maupun besar. Perekonomian kabupaten Mojokerto menurut data terbaru pada 2021 mengalami pertumbuhan positif sebesar 4,12 persen setelah sebelumnya pada tahun 2020 yang mengalami kontraksi sebesar 1,11 persen, hal tersebut dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS). Fenomena tersebut diikuti dengan munculnya banyak café-café baru di Mojokerto, khususnya cafe arlins di wilayah Kecamatan Gondang, Mojokerto. Penyebab yang dapat mendorong kesuksesan café yaitu kualitas pelayanan, kualitas pelayanan menjadi pertimbangan yang penting dan harus diperhatikan oleh pihak café arlins. Lokasi yang dimiliki café arlins juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan café arlins. Cafe arlins sendiri mempunyai lokasi strategis yang mudah untuk diakses oleh pelanggan, dikarenakan lokasi café arlins berada di sebelah jalan raya. Cafe arlins juga mengutamakan kepuasan pelanggan mereka seperti café arlins yang mempunyai nuansa khusus dengan menyediakan hiasan hiasan di cafe misalnya seperti aquarium, vas bunga dan berbagai lukisan di dinding café agar setelah membeli di cafe arlins tersebut merasakan nyaman dan puas. Mengingat fondasi yang telah digambarkan, penulis perlumelakukan penelitian terkait “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus di Café Arlins Food & Coffe Jl. Pacet – Gondang, Mojokerto)” agar dapat memberi masukan kepada pihak Café Arlins terkait dengan variabel mana yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan bisa digunakan sebagai acuan untuk kebijakan pengembangan Café Arlins.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Rancangan Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan eksplorasi kuantitatif, dengan juga menggunakan jenis pemeriksaan kausal komparatif, yakni jenis eksplorasi yang menjadikan kualitas masalah sebagai hubungan sebab akibat antara setidaknya dua faktor. Studi ini diingatkan untuk eksplorasi kausal komparatif karena studi ini melihat dampak kualitas pelayanan, dan lokasi pada variabel dependen, kepuasan pelanggan. Objek yang digunakan dalam penelitian yakni café arlins food & coffe, sedangkan populasinya adalah konsumen yang menikmati menu di café arlins food & coffe. Penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung ke café arlins food & coffe guna melaksanakan wawancara ataupun tanya jawab serta melaksanakan dan melihat observasi di objek dengan tujuan mendapatkan data sebagai bahan untuk penelitian. Dalam penelitian ini, sebanyak 3.112 pelanggan yang diketahui sebagai populasi. Selanjutnya, perhitungan sampel memakai rumus Slovin yakni:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{3112}{1 + 3112(10\%)^2}$$

$$n = \frac{3112}{32,12}$$

$$n = 96 \text{ responden}$$

Perhitungan yang dilakukan menjadikan penelitian dilakukan dengan sampel sebesar 96 orang. Pendekatan analisis data menggunakan metode lainnya mulai pengujian validitas, pengujian reliabilitas, asumsi klasik, pengujian hipotesis serta R².

HASIL & PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Validitas dapat diukur melalui perhitungan yang membandingkan nilai dari R_{hitung} terhadap R_{tabel}. Perhitungan dapat dilakukan dengan perbantuan dari *software* statistik dengan hasil kalkulasi untuk tiap variabel yakni :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Item	Nilai R Hitung	Nilai R tabel	Keterangan
X1.1	0,695	0,198	Valid
X1.2	0,647	0,198	Valid
X1.3	0,680	0,198	Valid
X1.4	0,612	0,198	Valid
X1.5	0,671	0,198	Valid

Sumber : data diolah peneliti

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)

Item	Nilai R Hitung	Nilai R tabel	Keterangan
X2.1	0,510	0,198	Valid
X2.2	0,490	0,198	Valid
X2.3	0,535	0,198	Valid
X2.4	0,490	0,198	Valid
X2.5	0,472	0,198	Valid
X2.6	0,562	0,198	Valid

Sumber : data diolah peneliti

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X3)

Item	Nilai R Hitung	Nilai R tabel	Keterangan
Y.1	0,663	0,198	Valid
Y.2	0,632	0,198	Valid
Y.3	0,535	0,198	Valid
Y.4	0,677	0,198	Valid
Y.5	0,555	0,198	Valid
Y.6	0,508	0,198	Valid

Sumber : data diolah peneliti

Dilihat pada konsekuensi uji validitas, dapat diduga bahwa faktor kualitas pelayanan, lokasi, dan kepuasan pelanggan menyatakan informasi yang

substansial karena $r_{hitung} > r_{table}$ (0,198). Jadi cenderung disimpulkan bahwa pemeriksaan ini dipandang masuk akal.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dipergunakan sebagai pengujian dalam mengukur instrumen penelitian sehingga dapat dikatakan reliabel atau memiliki ketahanan ketika diuji secara berulang kali. Umumnya pengujian reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha* dengan koefisien signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya. Analisis melalui *software* statistik mendapatkan hasil :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,642	Reliabel
X2	0,875	Reliabel
Y	0,432	Reliabel

Sumber : data diolah peneliti

Selanjutnya, konsekuensi dari uji reliabilitas masing-masing memberikan nilai koefisien alfa Cronbach yang lebih penting dari 0,6. Akibatnya, cenderung beralasan bahwa faktor kualitas pelayanan, lokasiserta kepuasan pelanggan dapat diandalkan (reliabel).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Penelitian yang menghasilkan data haruslah memiliki unsur kenormalan dalam distribusinya. Penentuan normal tidaknya bergantung kepada nilai signifikansi yang harus lebih rendah dari ketetapan. Penelitian menetapkan besaran signifikansi senilai 0,05 dan perhitungan yang dilakukan mendapatkan hasil:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	96
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,072
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Sumber : data diolah peneliti

Kalkulasi perhitungan pada pengujian normalitas dilaksanakan menggunakan uji Kolmogorov -smirnov yang mempunyai hasil nilai sig. $0,200 > 0,05$, yang dapat disimpulkan data tersebar secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Korelasi antar variabel dalam sebuah persamaan regresi juga perlu diuji melalui uji multikolinieritas. Peneliti mengambil nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), yang merupakan nilai simpangan dari tiap variabel dengan hasil perhitungan dari data yang didapatkan :

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.013	1.416		3.541	.001		
	X1	.590	.049	.711	12.099	.000	.924	1.082
	X2	.230	.047	.289	4.910	.000	.924	1.082

a. Dependent Variable: Y

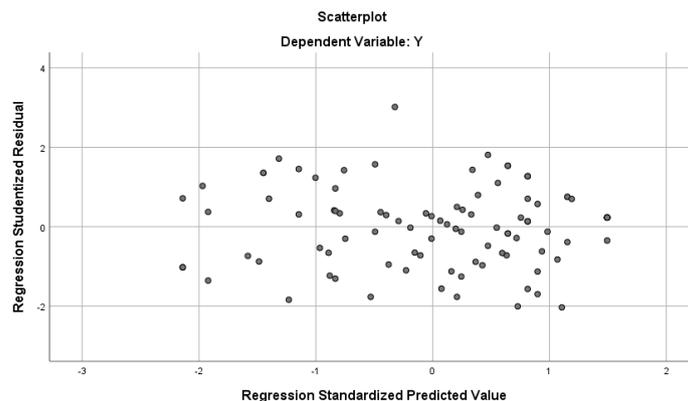
Sumber : data diolah peneliti

Nilai VIF yang dapat diterima baru mencapai 10, sehingga informasi di atas dapat ditentukan bahwa tidak ada efek samping multikolinearitas. Karena informasi di atas menunjukkan nilai VIF lebih rendah 10 serta angka *tolerance* kalkulasi lebih tinggi dari 0,10, keadaan seperti itu menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi dalam pengujian perlu melihat nilai *error* sebagai bentuk tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas akhirnya dapat menentukan sebuah data apakah memiliki gejala heteroskedastisitas atau lainnya, dengan hasil perhitungannya :

Gambar 1. Hasil Uji Heterskoedastisitas



Uji heterokedasitas ini diselesaikan dengan memperhatikan pola *scatter plot*. Dilihat dari konsekuensi penanganan informasi, desain petak sebaran menyebar merata dan tanpa membentuk contoh yang spesifik, sehingga dapat dibuktikan tidak adanyaheterokedasitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.013	1.416		3.541	.001
	X1	.590	.049	.711	12.099	.000
	X2	.230	.047	.289	4.910	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah peneliti

Berikut ini merupakan persamaan untuk mengetahui hasil regresi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 5,013 + 0,590X_1 + 0,230X_2$$

Berdasarkan hasil regresi, disimpulkan nilai konstanta positif 1,688. Hasil tersebut menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel X1 memiliki nilai positif 0,590 dan X2 0,230. Hal ini menggambarkan setiap kenaikan Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) satu satuan dapat menambah tingkat Kepuasan Pelanggan (Y), ekuivalen dengan nilai koefisien beta pada faktor bebas digandakan dengan besar kecilnya kenaikan yang terjadi. Dengan contoh, kenaikan Kepuasan Pelayanan (X1) dengan satu unit akan bertambah Kepuasan Pelanggan (Y) 0,590, kenaikan Lokasi (X2) meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) 0,230.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Pengujian secara terpisah (parsial) dilakukan melalui uji t dengan asumsi bahwa terdapat pengaruh secara terpisah (parsial) pada tiap variabel bebas kepada variabel terikat. Pengujian terpisah (uji t) juga dapat mengetahui besaran pengaruh pada tiap variabel bebas terhadap variabel terikat dengan hasil kalkulasi yang didapatkan yakni :

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
		B	Std. Error				
1	(Constant)	5.013	1.416			3.541	.001
	X1	.590	.049	.711		12.099	.000
	X2	.230	.047	.289		4.910	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah peneliti

Kalkulasi perhitungan mendapatkan hasil untuk kedua variabel baik kualitas pelayanan dan lokasi mendapatkan nilai signifikansi lebih rendah dari ketentuan (0,05) serta angka hasil t hitung kedua variabel memiliki nilai lebih tinggi dari t tabel (1,661). Rincian besaran t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 12,099 dan lokasi sebesar 4,910. Hasil perolehan dapat diasumsikan bahwa Hipotesis yang diambil yaitu Ho disetujui dan Ha tidak disetujui. Maknanya, untuk variabel kualitas pelayanan ternyata memberikan pengaruh secara terpisah (parsial) kepada kepuasan pelanggan. Begitu pula pada variabel lokasi terlihat juga memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan secara terpisah (parsial).

b. Uji f

Berkebalikan dengan parsial, setiap variabel bebas juga dapat diuji secara serentak (simultan) melalui uji F. Dengan pengujian serentak (uji F), diasumsikan variabel bebas tidak dipisahkan, melainkan dalam menjadi

kesatuan dibandingkan secara langsung kepada variabel terikat, dengan hasil analisis perhitungan sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	696.945	2	348.472	109.977	.000
	Residual	294.680	93	3.169		
	Total	991.625	95			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber : data diolah peneliti

Analisis menggunakan *software* statistik SPSS, mendapati hasil perhitungan mendapatkan angka sebesar 0,000. Angka hasil ternyata lebih rendah dari ketetapan(0,05), yang dapat diinterpretasi kedua variabel bebas yakni kualitas pelayanan dan lokasi memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan. Besaran pengaruh dari perhitungan yang dilakukan sebesar 109,977, dimana angka positif yang didapatkan dapat diinterpretasi terjadi hubungan yang positif antara variabel bebas kepada variabel terikat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Secara terpisah (parsial), diketahui angka hasil perhitungan dengan perbantuan SPSS, dua kriteria yang ditetapkan yaitu nilai signifikansi lebih rendah dari ketetapan (0,000 < 0,05) serta t hitung lebih tinggi dari t tabel (12,099 > 1,661), dapat diinterpretasi kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan secara parsial (terpisah). Hasil selaras dengan penelitian (Sugita, 2017), yang menjabarkan kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara terpisah kepada kepuasan pelanggan.

Pengaruh Lokasi (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Secara terpisah (parsial), diketahui angka hasil perhitungan dengan perbantuan SPSS, dua kriteria yang ditetapkan yaitu nilai signifikansi lebih rendah dari ketetapan (0,001 < 0,05) serta t hitung lebih tinggi dari t tabel (4,910 > 1,661), dapat diinterpretasi adanya pengaruh lokasi kepada kepuasan pelanggan secara parsial (terpisah). Hasil selaras dengan penelitian Fitzsimmons (2014), lokasi yang fleksibel akan menjadi acuan terjadinya perubahan ekonomi, tidak hanya bagi pemilik usaha, namun juga lokasi demografi disekitarnya

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) dan Lokasi (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan dalam penelitian yang dinyatakan sebagai variabel terikat ternyata dapat dipengaruhi secara serentak (simultan) dari variabel bebas berupa kualitas pelayanan dan lokasi didasarkan padapengujian F mendapatkan angka hasil yakni 0,000 lebih rendah dari ketetapan yang ditentukan yakni 0,05. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS selaras penelitian Haryoko & Rabani (2019) yang menjabarkan variabel kualitas pelayanan yang digabungkan dengan lokasi berimplikasi langsung kepada kepuasan pelanggan. Kedua variabel tersebut bisa dijadikan acuan oleh manajemen Café Arlins demi meningkatnya jumlah pelanggan atau setiap keputusan yang

hendak diambil. Kualitas pelayanan menimbulkan kepercayaan dari pelanggan, sedangkan lokasi menimbulkan kemudahan akses oleh pelanggan.

PENUTUP

Hasil analisis yang didukung dengan penelitian oleh (Sugita, 2017) menjadikan peneliti menarik kesimpulan adanya pengaruh dari kualitas pelayanan kepada kepuasan pelanggan. Dasarnya sendiri pada angka perhitungan yang didapatkan telah memenuhi unsur yang ditetapkan yaitu nilai signifikan lebih kecil dari ketetapan ($0,000 < 0,05$) dan t hitung lebih tinggi dari t tabel ($12,099 > 1,661$).

Pelayanan menjadi daya Tarik utama pelanggan untuk terus mengunjungi asal produk/pelayanan tersebut diberikan. Hal ini ditemukan peneliti saat melakukan observasi, bahwa mayoritas pelanggan menganggap kepuasan yang diberikan pelayanan di Café Arlins mampu membuat pelanggan betah berlama-lama maupun berulang kali berkunjung ke cafer terssebut.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian ini tekanan memperoleh nilai sig $0,001 < 0,05$ dan t -hitung $4,910 > t$ -tabel $1,661$ sehingga menunjukkan bahwa Lokasi (X_2) berpengaruh signifikan kepada Kepuasan Pelanggan. Pelanggan mengakui bahwa pemilihan lokasi Café Arlins dilandasi dengan adanya area parkir yang luas untuk area Pacet yang terjal namun aman untuk dikunjungi. Sehingga pemilihan lokasi Café Arlins sebagai lokasi penjualan yang diminati pelanggan.

Berdasarkan hasil Uji F atau secara serempak Kualitas Pelayanan dan Lokasi memiliki nilai yang signifikan. Nilai sig yang diperoleh dalam Uji F sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Keberadaan Café Arlins, berdasarkan hasil pengamatan menunjukkan adanya keberhasilan kepuasan pelanggan dengan adanya faktor pemilihan lokasi yang strategis dan penerapan pelayanan yang disukai pelanggan. Peneliti menemukan bahwa pelanggan baru maupun pelanggan lama mendapatkan pelayanan yang sama bahkan dianggap semakin baik seiring berjalannya waktu. Kualitas pelayanan dan lokasi mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan kontribusi kualitas pelayanan yang baik sebagai aset membangun kepercayaan dan promosi pelanggan, sehingga lokasi yang dipilih menjadi jalan pelanggan untuk mencari dan mengunjungi Café Arlins semakin meningkat.

Adapun saran dapat mempelajari indikator yang lebih spesifik tentang variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga bisa membuat mahasiswa lebih kreatif dalam melakukan penelitian dan supaya dapat melatih mahasiswa memiliki tingkat pemahaman yang tinggi sehingga ketika mahasiswa yang ingin membuka sebuah usaha, memiliki acuan yang tepat. Sehingga, dengan menambahkan variabel dan memilih teori yang lebih terbaru, dapat menambah sampel dari lingkungan yang berbeda dan lebih meluas bagi kepentingan dunia usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, R., & Zulkifli. (2017a). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman*. MENARA Ilmu, 2(78).
- Asyro, M., Kartikowati, R. S., & Marzuki. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan*

Fasilitas Perpustakaan Terhadap Kepuasan Siswa Sman 1 Pekanbaru. Jurnal JUMPED (Jurnal Manajemen Pendidikan), 8(2).

- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 9(1).*
- Chulaifi, M. I., & Setyowati, E. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya. Jurnal Hasil Penelitian, 3(1).*
- Fikri, M. Z., & Mulazid, A. S. (2018). *Pengaruh Brand Image, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket "Kedai Yatim. Jurnal Syarikah, 4(1).*
- Firdiyansyah, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Bandung. Jurnal Elektornik REKAMAN, 1(1).*
- Gunawan, N., & Kartika, C. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rolag Cafe Diponegoro Surabaya. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, 5(1).*
- Haryoko, U. B., & Rabani, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor. Jurnal Ilmiah, 1(2).*
- Haryoko, U. B., & Rabani, H. (2019b). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor. Jurnal Ilmiah Feasible, 1(2).*
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). *Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 4(2).*
- Meutia, R., & Andiny, P. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Langsa Lama. NIAGAWAN, 8(2).*
- Pamungkas, R. D. (2019). *Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya. Journal of Business and Banking, 9(1).*
- Prasevie, S. F. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Manajemen Bisnis, 6(2).*
- Putra, I. M. B. P., & Wimba, I. G. A. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Cabang Gatot Subroto Denpasar. :Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 1(2).*
- Putranto, A. T. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Lokasi*

- Terhadap Kepuasan Pelanggan Convenience Store 7-Eleven*. Jurnal Disrupsi Bisnis, 2(1).
- Rahman, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pln (Persero) Area Manado*. Jurnal EMBA, 7(1).
- Ridwan, I., & Rosid, M. Z. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Layanan Pada Koperasi Guru MMI (Kagumi) Pondok Pesantren Daar El-Qolam Gintung Kecamatan Jayanti Tanggerang*. Journal of Management Studies, 5(2).
- Santoso, Rohmad Prio. 2022. *Analisa Pengaruh Dimensi Store Atmosphere Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Universitas Hasyim Asy'ari BIMA: Journal of Business and Innovation Management Volume 4 Nomor 3, Juni 2022 Halaman 585-596. <https://doi.org/10.33752/bima.v4i3.545>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). *Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado*. Jurnal EMBA, 7(1).
- Sugita, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 6(11).
- Tamara, N. I. E., Mananeke, L., & Kojo, C. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Kawangkoan Bawah Kecamatan Amurang Barat Di Kabupaten Minahasa Selatan*. Jurnal EMBA, 6(4).
- Wahana, V., Siregar, R. T., Harahap, K., & Putri, D. E. (2019). *Pengaruh Persepsi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kain Toray Pematangsiantar*. Jurnal Manajemen, 5(2).