

## STUDI KOMPARASI *STORE ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE WELIJO DAN TERAKOTA DI LAMONGAN

Hana Justicia Vinanda<sup>1</sup>, Agung Pujiyanto<sup>2</sup>, Diana Juni Mulyati<sup>3</sup>

E-mail: [hanavinanda@gmail.com](mailto:hanavinanda@gmail.com), [agung@untag-sby.ac.id](mailto:agung@untag-sby.ac.id), [diana@untag-sby.ac.id](mailto:diana@untag-sby.ac.id)

### ABSTRAK

Fenomena yang sedang populer di kalangan masyarakat akhir-akhir ini adalah pergi ke kafe sambil duduk-duduk menikmati suasana dan hal ini sudah menjadi gaya hidup mereka. Salah satu bentuk usaha yang saat ini sedang naik daun di Lamongan adalah usaha kedai kopi. Seiring dengan pesatnya perkembangan zaman, gaya hidup pun ikut berubah. Gaya hidup seseorang saat ini adalah yang suka mengonsumsi kopi dan juga gaya hidup yang suka berkumpul dengan teman atau keluarga. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan penelitian komparatif. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa angket. Sampel dan populasinya adalah seluruh konsumen yang pernah membeli atau mengunjungi Cafe Welijo dan Terakota. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada Store Atmospheric, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kepuasan Konsumen. Metode analisis yang digunakan adalah Independent sample t-test. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  antara Store Atmosfir, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kepuasan Konsumen pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan

**Kata Kunci:** Analisis Komparatif, Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

### ABSTRACT

*A phenomenon that is currently popular among people lately is going to cafes while sitting and enjoying the atmosphere and this has become their lifestyle. One form of business that is currently on the rise in Lamongan is the coffee shop business. Along with the rapid development of the times, lifestyles have also changed. A person's current lifestyle is one that likes to consume coffee and also a lifestyle that likes gathering with friends or family. The method in this research is quantitative research and comparative research. This research uses a research instrument in the form of a questionnaire. The sample and population are all consumers who have purchased or visited Cafe Welijo and Terakota. The aim of this research is to find out and analyze whether there are significant differences in Store Atmosphere, Service Quality, Location and Consumer Satisfaction. The analytical method used is the Independent sample t-test. The results of the research show that there is a significant difference of  $0.000 < 0.05$  between Store Atmosphere, Service Quality, Location and Consumer Satisfaction at Cafe Welijo and Terakota in Lamongan*

**Keywords:** Comparative Analysis, Store Atmosphere, Service Quality, Location, Consumer Satisfaction

### PENDAHULUAN

Lingkungan persaingan yang sangat keras dalam dunia usaha mengharuskan setiap pengusaha khususnya coffe shop untuk bersaing dan bertahan dalam persaingan. Banyak cafe yang bermunculan di Kota Lamongan. Terdapat banyak sekali jenis usaha yang dapat menjadi peluang bisnis dan bisnis coffe shop adalah salah satunya. Banyaknya pembisnis kuliner yang berkembang dengan baik menimbulkan potensi wisata kuliner yang amat cepat, salah satunya kopi yang menjadi minuman kesukaan masyarakat Indonesia khususnya Kota Lamongan. Store Atmosphere merupakan salah satu faktor penting untuk membangun sebuah usaha hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa suasana dalam Cafe yang sejuk dan nyaman membuat konsumen merasa betah berada lama di Cafe. Selain Store Atmosphere yang mampu menghasilkan kepuasan konsumen ialah

kualitas pelayanan, hasil penelitian juga membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin banyak pula dampak positifnya terhadap Cafe Welijo dan Terakota. Pemilik cafe pun harus pintar saat menentukan Lokasi di mana seluruh kegiatan usahanya akan dilakukan, sebab Lokasi yang strategis dan aman tentu lebih bermanfaat bagi pemilik cafe. Cafe Welijo terletak di Jl. KH. Ahmad Dahlan Kec Lamongan yang lokasinya berada di tepat di tengah kota yang padat dekat dengan Alun-Alun Lamongan dan merupakan cafe modern tanpa menghilangkan unsur tradisional Cafe Welijo ini mengusung tema cafe hijau bunga dan pepohonan yang dimana didalamnya terdapat berbagai jenis tanaman sebagai desain interior dan memiliki berbagai macam makanan dan minuman tradisional maupun modern. Untuk Cafe Terakota terletak di Jl. Jetis No. 30 Kec. Lamongan yang merupakan cafe moden mengusung tema minimalis artistik yang dapat

**Test of Homogeneity of Variances**

		Levene	df1	df2	Sig.
		Statistic			
Store Atmosphere	Based on Mean	.000	1	94	1.000
	Based on Median	.000	1	94	1.000
	Based on Median and with adjusted df	.000	1	81.546	1.000
	Based on trimmed mean	.002	1	94	.966
Kualitas Pelayanan	Based on Mean	.719	1	94	.398
	Based on Median	.568	1	94	.453
	Based on Median and with adjusted df	.568	1	91.019	.453
	Based on trimmed mean	.476	1	94	.492
Lokasi	Based on Mean	.475	1	94	.492
	Based on Median	.334	1	94	.565
	Based on Median and with adjusted df	.334	1	89.848	.565
	Based on trimmed mean	.350	1	94	.556
Kepuasan Konsumen	Based on Mean	.652	1	94	.422
	Based on Median	.739	1	94	.392
	Based on Median and with adjusted df	.739	1	93.989	.392
	Based on trimmed mean	.850	1	94	.359

Sumber: Output SPSS 25 yang diolah penulis, 2023

dilihat dari bentuk bangunan dengan cat berwarna putih tulang dan di cafe ini juga menyediakan menu makanan dan minuman akan tetapi lebih berdominan ke menu modern.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian komparatif untuk membandingkan perbedaan dan persamaan dua objek atau lebih sifat-sifat yang diteliti berdasarkan suatu kerangka pemikiran tertentu. Tujuan dari penelitian ini agar dapat mengetahui seberapa besar perbedaan Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kepuasan Konsumen pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan. Dengan populasi semua pernah membeli atau mengunjungi Cafe Welijo dan Terakota yang berlokasi di Lamongan dan dengan teknik pengambilan sampling non probability sampling jenis teknik aksidental sampling dengan hasil 96 responden yaitu 48 responden Cafe Welijo dan 48 responden Cafe Terakota. Teknik pengambilan data dari sampel menggunakan alat kuisioner yang disebarakan melalui googleform serta menggunakan teknik analisa data berupa independent sampel T test.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Kesamaan Dua Varian (Homogenitas)**

Uji Homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah dua sampel data yang di ambil terdapat varian yang sama. Dikatakan homogeny jika memiliki nilai signifikan >0,5.

Uji Hipotesis yang digunakan untuk melihat apakah ada kesamaan antara dua objek:

*A. Menentukan Hipotesis Uji Kesamaan Varian*  
 Ho: kedua varian adalah sama (varian kelompok 1 dan kelompok 2 adalah sama)

Ha: kedua varian adalah beda (varian kelompok 1 dan kelompok 2 adala berbeda)

*B. Kriteria Pengujian (berdasarkan signifikan)*

Ho diterima jika signifikansi >0,05

Ha ditolak jika signifikansi <0,05

**Uji Independent Sampel t Test**

Uji independent Sampel T test digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan men antara sampel yang tidak berhubungan atau dua objek yang berbeda. Jika ada perbedaan yaitu nilai t hitung >t tabel dengan signifikan <0,05.

**1. Hipotesis pertama**

**Ho** : Tidak ada perbedaan yang signifikan Store Atmosphere Pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan

**Ha** : Ada perbedaan signifikan Store Pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan

Berdasarkan dalam uji statistik pada tabel 4.25 dapat diketahui bahwa hasil nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (-550<1,661) dengan tingkat signifikan (584<0,05), maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya menunjukkan bahwa variabel Store Atmosphere tidak ada perbedaan signifikan antara Cafe Welijo dan Terakota.

**2. Hipotesis kedua**

		Independent Samples Test						t-test for Equality of Means		
		Levene's Test for Equality of Variances								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper	
Store Atmosphere	Equal variances assumed	.000	1.000	-.550	94	.584	-.250	.455	-1.153	.653
	Equal variances not assumed			-.550	92.044	.584	-.250	.455	-1.153	.653
Kualitas Pelayanan	Equal variances assumed	.719	.398	-.732	94	.466	-.438	.598	-1.624	.749
	Equal variances not assumed			-.732	91.618	.466	-.438	.598	-1.625	.750
Lokasi	Equal variances assumed	.475	.492	.111	94	.912	.083	.749	-1.404	1.571
	Equal variances not assumed			.111	92.177	.912	.083	.749	-1.404	1.571
Kepuasan Konsumen	Equal variances assumed	.652	.422	.602	94	.549	.271	.450	-.622	1.164
	Equal variances not assumed			.602	93.303	.549	.271	.450	-.622	1.164

Sumber: Output SPSS 25 yang diolah penulis, 2023

**Ho** : Tidak ada perbedaan signifikan Kualitas Pelayanan Pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan

**Ha** : Ada perbedaan signifikan Kualitas Pelayanan Pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan

Dilihat dari tabel 4.25 Tidak ada perbedaan Kualitas Pelayanan antara Cafe Welijo dan Terakota, telah diketahui bahwa t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar -0,732 dimana t hitung > t tabel ( -0,732>1,661) dengan signifikansi (0,466<0,05). Artinya pada Kualitas Pelayanan tidak ada perbedaan yang signifikan antara Cafe Welijo dan Terakota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis untuk Kualitas Pelayanan Ho diterima dan Ha ditolak.

**3. Hipotesis ketiga**

**Ho** : Tidak ada perbedaan signifikan Lokasi Pada Cafe Welijo dan Terakota di lamongan

**Ha** : Ada perbedaan signifikan Lokasi Pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan

Hasil Uji statistik pada tabel 4.24 dinyatakan Tidak ada perbedaan Lokasi antara Cafe Welijo dan Terakota, telah diketahui bahwa t hitung pada variabel Lokasi sebesar 0,111 dimana t tabel > t hitung ( 0,111>1,661) dengan signifikansi (0,912<0,05). Artinya pada variabel Lokasi tidak ada perbedaan yang

signifikan antara Cafe Welijo dan Terakota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis untuk Lokasi Ho diterima dan Ha ditolak.

**4. Hipotesis keempat**

**Ho** : Tidak ada perbedaan signifikan Kepuasan Konsumen Pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan

**Ha** : Ada perbedaan signifikan Kepuasan Konsumen Pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan

Pada tabel 4.24 output “Independent Sampel Test” pada variabel Kepuasan Konsumen diketahui nilai thitung 0,602. Yang dimana t tabel sebesar 1,661 dari df94, maka t hitung < t tabel (0,602<1,661) dengan signifikansi (0,549>0,05). Maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya tidak ada perbedaan Kepuasan Konsumen antara Cafe Welijo dan Terakota.

**Uji beda**

Pengujian ini berfungsi untuk membandingkan mea antara 2 kelompok yang tidak berhubungan satu dengan yang lain, agar dapat diketahui apakah secara signifikan kedua sampel mempunyai mean yang sama atau tidak.

	Café	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Store Atmosphere	Welijo	48	16.88	2.385	.344
	Terakota	48	17.13	2.059	.297
Kualitas Pelayanan	Welijo	48	20.71	3.155	.455
	Terakota	48	21.15	2.682	.387
Lokasi	Welijo	48	30.29	3.919	.566
	Terakota	48	30.21	3.402	.491
Kepuasan Konsumen	Welijo	48	17.04	2.297	.331
	Terakota	48	16.77	2.106	.304

Sumber: Output SPSS 25 yang diolah penulis, 2023

## PEMBAHASAN

### *Store Atmosphere*

Berdasarkan dalam uji T di atas dapat diketahui bahwa hasil nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ( $-550 < 1,661$ ) dengan tingkat signifikan ( $584 < 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Store Atmosphere Tidak ada perbedaan antara Cafe Welijo dan Terakota

### *Kualitas Pelayanan*

Dilihat dari tabel di atas Tidak ada perbedaan Kualitas Pelayanan antara Cafe Welijo dan Terakota, telah diketahui bahwa t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar  $-0,732$  dimana t hitung  $>$  t tabel ( $-0,732 > 1,661$ ) dengan signifikansi ( $0,466 < 0,05$ ). Dan hipotesis yang menyatakan tidak ada perbedaan Kualitas Pelayanan antara Cafe Welijo dan Terakota.

### *Lokasi*

Hasil Uji statistik pada tabel di atas dinyatakan Tidak ada perbedaan Lokasi antara Cafe Welijo dan Terakota, telah diketahui bahwa t hitung pada variabel Lokasi sebesar  $0,111$  dimana t tabel  $>$  t hitung ( $0,111 > 1,661$ ) dengan signifikansi ( $0,912 < 0,05$ ). Dan hipotesis yang menyatakan tidak ada perbedaan Lokasi antara Cafe Welijo dan Terakota.

### *Kepuasan Konsumen*

Pada tabel di atas output “Independent Sampel Test” pada variabel Kepuasan Konsumen diketahui nilai t hitung  $0,602$ . Yang dimana t tabel sebesar  $1,661$  dari  $df_{94}$ , maka t hitung  $<$  t tabel ( $0,602 < 1,661$ ) dengan signifikansi ( $0,549 > 0,05$ ). Dan hipotesis yang menyatakan Tidak ada perbedaan Kepuasan Konsumen antara Cafe Welijo dan Terakota.

### *Studi Komparasi Store Atmosphere Pada Cafe Welijo dan Terakota*

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian komparasi ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan Store Atmosphere pada Cafe Welijo dan Terakota. Hal ini karena nilai t hitung yang dimiliki variabel Store Atmosphere lebih kecil dari t tabel dan hasil nilai lebih kecil dari nilai signifikan. Yang artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dan dapat disimpulkan bahwa tidak

terdapat perbedaan pada variabel Store Atmosphere pada Cafe Welijo dan Terakota.

### *Studi Komparasi Kualitas Pelayanan Pada Cafe Welijo dan Terakota*

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian komparasi ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan Kualitas Pelayanan pada Cafe Welijo dan Terakota. Hal ini karena nilai t hitung yang dimiliki variabel Kualitas Pelayanan lebih besar dari t tabel dan hasil nilai lebih besar dari nilai signifikan. Yang artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan pada variabel Kualitas Pelayanan pada Cafe Welijo dan Terakota.

### *Studi Komparasi Lokasi Pada Cafe Welijo dan Terakota*

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian komparasi ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan Lokasi pada Cafe Welijo dan Terakota. Hal ini karena nilai t hitung yang dimiliki variabel Lokasi lebih kecil dari t tabel dan hasil nilai lebih kecil dari nilai signifikan. Yang artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan pada variabel Lokasi pada Cafe Welijo dan Terakota.

### *Studi Komparasi Kepuasan Konsumen Pada Cafe Welijo dan Terakota*

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian komparasi ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan Kepuasan Konsumen pada Cafe Welijo dan Terakota. Hal ini karena nilai t hitung yang dimiliki variabel Kepuasan Konsumen lebih besar dari t tabel dan hasil nilai lebih besar dari nilai signifikan. Yang artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan pada variabel Kepuasan Konsumen pada Cafe Welijo dan Terakota.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kepuasan Konsumen pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 96 responden yaitu 48 responden Cafe Welijo dan 48 responden dari

Cafe Terakota. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diolah dengan menggunakan uji independent T-test maka dapat diambil kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil penelitian Studi Komparasi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan *Store Atmosphere* Pada Cafe Welijo dan Terakota, hal ini didukung nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan *Store Atmosphere* yang signifikan antara Cafe Welijo dan Terakota.

2. Hasil Studi Komparasi pada penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan pada Cafe Welijo dan Terakota tidak memiliki perbedaan. Dari hasil analisis uji independent sampel t-Test dapat dilihat nilai (sig) lebih besar dari 0,05. Artinya hipotesis nihil yang diajukan oleh penulis diterima yang berbunyi tidak ada perbedaan Kualitas Pelayanan Pada Cafe Welijo dan Terakota. Dan  $H_a$  ditolak oleh penulis.

3. Studi komparasi menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara Cafe Welijo dan Terakota. Dari hasil analisis uji independent sampel t-Test dapat dilihat nilai (sig) lebih besar dari 0,05. Artinya hipotesis nihil yang diajukan oleh penulis diterima yang berbunyi tidak ada perbedaan Lokasi pada Cafe Welijo dan Terakota di Lamongan dan hipotesis  $H_a$  ditolak oleh penulis.

4. Dari hasil Studi Komparasi pada penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen pada Cafe Welijo dan Terakota tidak memiliki perbedaan, dari hasil analisis uji independent sampel t-Test dapat dilihat nilai (sig) lebih besar dari 0,05. Artinya Hipotesis nihil yang diajukan oleh penulis diterima yang berbunyi tidak ada perbedaan Kepuasan Konsumen pada Cafe Welijo dan Terakota dan Hipotesis  $H_a$  ditolak.

#### DAFTAR PUSTAKA

Apriyadi, A., Muslihat, A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Limasan. *Forum Ekonomi*, 23(3), 421–430. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>

Armistead dan Clark. (1999). *Ii, B A B Pelayanan, A Kualitas Pelayanan, Pengertian Kualitas*. 56–57.

Berdasarkan, K., Gs, P., Tengah, P. J., Tengah, J., Cilacap, K., Semarang, K., & Kudus, K. (2007). *Bab 5 kesimpulan dan saran 5.1*. 83–86.

Dewi, P. V. A., Agung, P., & Prayoga, M. S. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada

Langkah Coffee). *Jurnal Manajemen*, 6, 1–15.

Ii, B. A. B., & Teori, L. (2011). *Aspek Kepuasan Kons.*

Indriastuty, N., Hadiyatno, D., & Juwari. (2017). *Store Atmosphere* Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Retailer Giant Ekstra Balikpapan. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis*, 2017, 269–283. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/6724>

KUSUMAWATHI, N. W. G., DARMAWAN, D. P., & SURYAWARDANI, I. G. . O. (2019). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24843/jaa.2019.v08.i01.p01>

Luh, N., Wulandari, D., Wayan, N., Mitriani, E., Gusti, I., & Imbayani, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Untuk Mendorong Purchase Decision Di El Crudo Canggü. *Values*, 2(2), 445–456.

Maq'ar, A. D., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Tenda Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(10), 1–15.

Nawangsih. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Makmu Surabaya. *E-Journal STIESIA Surabaya*, 6(11), 1–18.

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI STADIUM ESPORT ARENA THE EFFECT OF *STORE ATMOSPHERE* AND SERVICE QUALITY ON Fauzian Akbar , 2 ) Putu Nina Madiawati Prodi Administrasi Bisnis , Fakultas Komunikasi dan Bisnis . (2019). 6(2), 4508–4518.

Pradana, N. R., & Wardana. (2019). PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN ( Studi pada Keluarga Konsumen Toko Ritel di Yogyakarta ). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(2), 71–82.

Putri, L. H. (2014). PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN ( Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang ). 15(2).

Rahayu, B. S., & Saputra, O. A. (2019). Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga Dan

- Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Throox Store Solo. *Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Vol 6 , No 1 ( 2019 ) ; July ISSN : 2337-5965 ( Cetak ) P3M STIE AUB Surakarta Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi ISSN : 2337-5965 ( Cetak ) P3M STIE AUB Surakarta*, 6(1), 54–64.
- Ridwan, Nurdiansyah, Faizal, Y., & Reza. (2015). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Distro UNK347 di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 05(2), 238.
- Robby Fauji, & Syifa Pramudita Faddila. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 5(2), 35–56. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v5i2.1029>
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23496.21-27>
- trihatmi yaumil asri, D., Hidayat, W., & Ngatno. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Tunggul Sakti Sejahtera Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 4(3), 188288.
- Weitz, L. dan. (2012). *Pengaruh Store Atmosphere*. 2010, 37.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Wulandari, D. P., & Ariyanti, M. (2019). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SEJIWA COFFEE Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). *Dian Pertiwi Wulandari*, 1(1), 57–71.
- Yudira, K., Nofirda, F. A., & Hardilawati, W. L. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Quality Product, Dan Harga Terhadap Minat Beli Di Pasar Buah Sudirman Kota Pekanbaru. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 15–26. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/220>
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store’S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>
- Zulfiyah, H., Pujiyanto, A., & Ch.Nasution, U. (2018). Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ayam Nelongso Dan Ayam Bakar Wong Solo. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://repository.untagsby.ac.id/id/eprint/6907>