

**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
LUAR GARIS COFFEE DI BATAM**

M. Hamzah Fazari¹, Asron Saputra²

Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam
Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

pb190910229@upbatam.ac.id

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of the physical environment and product quality on customer satisfaction at Luar Garis Coffee in Batam. The research population consists of customers who visit Luar Garis Coffee, with a sample size of 100 customers who made purchases at the venue. The sampling technique used is non-probability sampling with a purposive sampling method. The sample selection criteria are customers who have shopped at Luar Garis Coffee. Data were collected through the distribution of questionnaires. Data processing was carried out using SPSS v.26. The results of the study indicate that the physical environment has a positive effect on customer satisfaction, whereas product quality does not significantly influence customer satisfaction at Luar Garis Coffee, with an F-test value of 5.763. The T-test results show that the t-value for the physical environment is $3.257 > 1.985$ with a significance value of $0.002 < 0.05$, which means H1 is accepted, while the t-value for product quality is $-1.200 < 1.985$ with a significance value of $0.233 > 0.05$, which means H2 is rejected.

Keywords : customer satisfaction; physical environment; product quality

PENDAHULUAN

Perkembangan cepat dalam lingkungan bisnis global saat ini mengindikasikan perubahan signifikan dalam pola konsumsi di sektor bisnis makanan & minuman. Sebagai contoh, bisnis *coffee shop*. Tingkat persaingan yang semakin meningkat mendorong pelaku bisnis untuk tidak hanya fokus pada strategi pemasaran produk, namun juga pada upaya untuk menjaga dan meningkatkan pengalaman serta kenyamanan pelanggan. Dalam hal bisnis, kepuasan pelanggan menjadi faktor utama agar *Coffee shop* dapat mempertahankan keberlangsungan

bisnisnya. Menurut (Damayanti & Wadud, 2020) menyatakan bahwa kepuasan merupakan bagian dari perasaan senang seseorang yang terdapat dari kesannya dalam membeli sebuah produk. Bisa diartikan bahwa kepuasan adalah rasa yang timbul akibat terpenuhinya sebuah keinginan dan ekspektasi. Menurut (Adnan, 2020) menjelaskan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respons terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau standar lain) dan kinerja aktual produk setelah digunakan. Umumnya, harapan

pelanggan adalah persepsi atau keyakinan mereka tentang bagaimana kinerja produk atau jasa akan memenuhi kebutuhan mereka ketika mereka mengonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Adapun hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan proses pembelian salah satunya dari physical environment atau lingkungan fisik. Lingkungan fisik merupakan karakteristik yang dapat memengaruhi persepsi psikologis pelanggan terhadap kepuasan mereka dalam jangka waktu yang lama untuk menikmati atmosfer yang ada di lokasi tersebut (Wijaya, 2020). Lingkungan fisik merupakan suatu yang bersifat benda mati yang menunjang proses pemasaran dan

Kualitas suatu produk menjadi komponen penting dalam menjalankan suatu bisnis. Kualitas inilah yang akan di jual kepada para pelanggan, dengan kualitas produk yang baik akan memberikan dampak kepuasan bagi para pembeli suatu produk. Produk yang berkualitas merupakan produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para pembeli produk yang mengacu pada nilai produk itu sendiri.

Kebutuhan pelanggan akan produk yang berkualitas menjadi tantangan tersendiri bagi pebisnis dalam memenuhi nilai produknya. Produk yang memiliki nilai baik di mata pelanggan akan menghasilkan keuntungan bagi para pelaku bisnis, ini dikarenakan pelanggan akan melakukan pembelian berulang produk yang ditawarkan terutama pada *coffee shop*. Hal ini juga

jual beli. Bagi pengusaha *Coffee shop*, physical environment menjadi pendorong dalam menarik para pelanggan, baik dengan konsep yang unik maupun dengan hiburan yang lengkap. Dengan konsep dan suasana yang nyaman maka akan terbentuknya hubungan timbal balik dari pelanggan. Untuk ini butuh penciptaan physical environment yang menyesuaikan dengan target bisnis, dengan itu akan menjadikan suasana di *Coffee shop* akan terasa nyaman bagi para pelanggan. Hal ini juga di nyatakan oleh (Hartanto & Andreani, 2019) mereka menyatakan bahwa para pelaku usaha harus mampu memasukan pelanggannya kedalam usahanya, dengan demikian maka dibutuhkan perancangan konsep physical environment yang matang dinyatakan (Tombeng et al., 2019) mereka mengatakan bahwa jika pelanggan merasa puas dengan. Dengan kata lain, kualitas suatu produk menjadi faktor utama bagi pebisnis dalam keberhasilan atau kegagalan suatu usaha.

Kegagalan suatu usaha tidak terlepas dari gagal bersaingnya produk yang di tawarkan pada pasar. Ini disebabkan tidak hanya dari kualitas produk yang ditawarkan tetapi persaingan pasar yang semakin ketat. Semakin banyaknya pesaing dalam hal bisnis *Coffee shop* membuat para pelaku usaha ini tidak hanya mengutamakan estetika produknya atau keunikan produknya tetapi harus beiringan dengan kualitas produk. Inilah yang mengharuskan para pelaku usaha *Coffee shop* tidak hanya harus memiliki kreatifitas tetapi juga harus memiliki

kemampuan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hal ini juga harus dilakukan oleh Luar Garis Coffee yang berada di Batam.

KAJIAN TEORI

2.1 Physical Environment

Menurut (Naufal Altair, 2022) Mendefinisikan lingkungan fisik adalah tentang menciptakan pengalaman yang dirasakan oleh lima indera melalui desain lingkungan fisik di mana layanan disediakan. Lingkungan fisik merupakan karakteristik yang dapat memengaruhi persepsi psikologis pelanggan terhadap kepuasan mereka dalam jangka waktu yang lama untuk menikmati atmosfer yang ada di lokasi tersebut (Wibowo et al., 2020). Lingkungan fisik yang berkualitas dapat menimbulkan emosi positif, niat konsumen, kepuasan, dan loyalitas konsumen terhadap suatu produk (Wijaya, 2020).

Menurut (Hartanto & Andreani, 2019) physical environment merupakan konsep lingkungan yang dirancang organisasi untuk menunjang kegiatannya. Lingkungan fisik mencakup faktor lingkungan mulai dari pencahayaan, musik, warna, suhu, dan aroma (Morkunas & Rudiene, 2020). Menurut (Tarigan et al., 2020) terdapat beberapa indikator lingkungan fisik seperti: Estetika fasilitas, suasana, pencahayaan, tata letak, dan pelayanan.

Dengan demikian dari penjelasan para peneliti terdahulu bisa diartikan bahwa lingkungan fisik adalah sebuah konsep dalam penataan lingkungan, baik berupa ruang ataupun fasilitas lainnya yang bersifat benda mati,

yang memainkan peranan penting dalam mendukung operasional suatu bisnis.

2.2 Kualitas Produk

Menurut (Santoso, 2019) Menyatakan bahwa kualitas produk Kualitas adalah suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut (Hermanto & Nainggolan, 2020) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, mencakup keunggulan dalam aspek mutu, daya tahan, kemudahan penggunaan, ketepatan, serta fitur-fitur bernilai lainnya. Sedangkan menurut (Supriyanto¹, 2022) Produk dikategorikan berkualitas apabila setiap elemen penyusunnya disukai dan menarik minat konsumen.

Menurut (Firmansyah, 2019) terdapat beberapa indikator kualitas produk diantaranya: kinerja, daya tahan, kesesuaian, fitur, reliabilitas, estetika, kesan kualitas.

Berdasarkan penjelasan dan pengertian dari penelitian terdahulu bisa kita artikan kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memenuhi nilai dan mamfaat yang dibutuhkan untuk mencapai kepuasan terhadap sebuah produk itu sendiri.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut (Anggarawati, 2021) menjelaskan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respons terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan

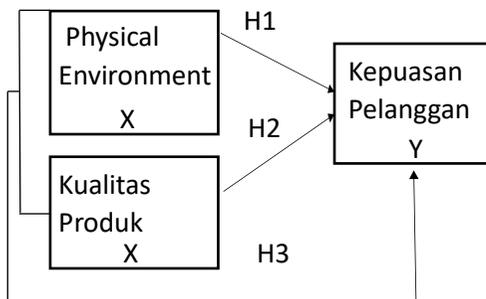
sebelumnya (atau standar lain) dan kinerja aktual produk setelah digunakan.

Umumnya, harapan pelanggan adalah persepsi atau keyakinan mereka tentang bagaimana kinerja produk atau jasa akan memenuhi kebutuhan mereka ketika mereka mengonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Lieyanto & Pahar, 2021). Begitupun menurut (Supriyanto¹, 2022) *satisfaction* pelanggan mencerminkan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen, yang tercermin dari perbandingan antara kinerja produk yang diterima oleh pelanggan dan harapan yang mereka miliki terhadap produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, bisa dikatakan kepuasan pelanggan merupakan bagian dari perasaan tentang harapan yang diinginkan dalam suatu produk maupun jasa yang digunakan.

2.4 Kerangka Berpikir

Gambar 1. Kerangka Berpikir



METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Teknik penelitian yang peneliti pakai merupakan dengan cara Teknik kuantitatif. Hasil dari penelitian ini merupakan pernyataan dari responden berdasarkan kuesioner yang diberikan dan akan menjadi data pada penelitian.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian deskriptif kuantitatif menjadi model dalam penelitian ini. Dengan begitu sampel yang dihasilkan dari populasi dilakukan pengujian hipotesisnya berdasarkan variable yang ditentukan.

3.3 Uji Kualitas Instrumen Uji Validitas

Dalam suatu penelitian, kualitas instrument sebuah penelitian perlu di uji kevalidanya pada kuesioner. uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kebenaran instrumen pernyataan pada suatu angket.

Uji Reliabilitas

Selanjutnya pada uji kualitas instrument, berupa uji reliabilitas ,uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa konsistennya sebuah variabel.

3.4 Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas diperuntukan untuk mencari nilai residual dari hasil distribusi normal, dan dikatakan normalitas jika garis berbentuk diagonal menyebar sesuai garis yang diperuntukan.

Uji Multikolinieritas

pada uji multikolinieritas metode yang digunakan untuk

mengetahuinya adalah uji variance inflation factor (VIF), Jika nilai VIF kurang dari 10 maka menunjukkan bahwa model tidak mengalami *multicollinearity*, yang berarti tidak ada korelasi antara variabel *independen*.

Uji Heteroskedastisitas

Ketika variasi sisa tetap konsisten di antara observasi, ini disebut homoskedastisitas; namun, jika variasi sisa tidak konsisten, ini disebut heteroskedastisitas. Untuk itu dalam konteks model regresi yang efektif, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas yang muncul

3.5 Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda dilakukan dengan tujuan untuk menemukan tingkat hubungan yang bersifat linear antara dua atau lebih variabel bebas (X1, X2, ..., XN) dan variabel terkait variabel (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi adalah representasi dalam bentuk angka yang digunakan untuk mengetahui kontribusi dari satu atau lebih variabel (X) terhadap variabel (Y).

3.6 Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Dalam melakukan uji ini, perbandingan antara t hitung dengan t tabel dilakukan. Tujuan dari pengujian t ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari sebuah variabel bebas. Hipotesis nol (Ho) diterima ketika nilai t hitung \leq nilai t tabel, dan ditolak jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel.

Uji F (Simultan)

Penggunaan uji F dalam pengujian hipotesis bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat pengaruh dari Physical environment (X1) dan Kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian, pengujian ini akan mengevaluasi dampak masing-masing variabel X terhadap variabel Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validasi

Tabel 1. Uji Validitas Physical Environment (X1)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,749	0,1966	Valid
X1.2	0,724	0,1966	Valid
X1.3	0,727	0,1966	Valid
X1.4	0,782	0,1966	Valid
X1.5	0,746	0,1966	Valid

Sumber: SPSS 26, 2024

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,614	0,1966	Valid
X2.2	0,687	0,1966	Valid
X2.3	0,619	0,1966	Valid

X2.4	0,654	0,1966	Valid
X2.5	0,560	0,1966	Valid
X2.6	0,614	0,1966	Valid
X2.7	0,477	0,1966	Valid

Sumber: SPSS 26, 2024

Tabel 3. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan(Y)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y.1	0,720	0,1966	Valid
Y.2	0,641	0,1966	Valid
Y.3	0,778	0,1966	Valid
Y.4	0,626	0,1966	Valid
Y.5	0,657	0,1966	Valid
Y.6	0,699	0,1966	Valid

Sumber: SPSS 26, 2024

Dari tabel 1,2 dan 3 yang dihasilkan dari olah data SPSS 26 menunjukkan angka dari R hitung semua instrumen pernyataan lebih

besar daripada nilai R tabel di angka 0,95. Dengan begitu maka bisa dinyatakan bahwa semua instrumen pernyataan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach`s Alpha	Keterangan
Physical environment	0,798	Reliabel
Kualitas produk	0,710	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,775	Reliabel

Sumber: SPSS 26, 2024

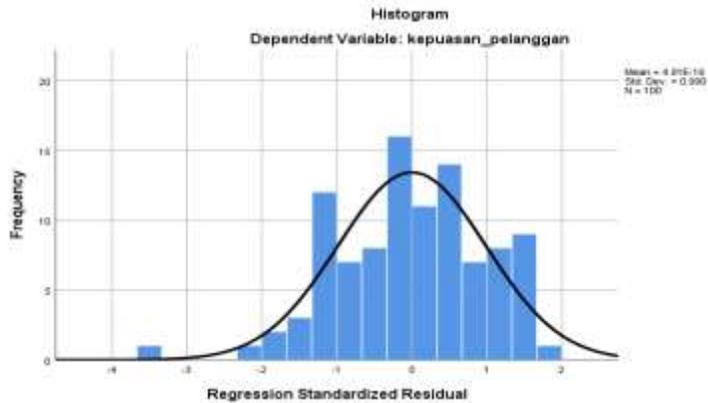
Hasil uji reliabilitas berdasarkan tabel 4. dari olah data SPSS 26 menghasilkan nilai Cronbach`s alpha untuk variabel physical environment di angka 0,798 dan 0,710 pada variabel

kualitas produk sedangkan variabel kepuasan pelanggan di angka 0,775 sehingga lebih besar daripada 0,6 maka ini dapat dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Gambar 2. Hasil Uji Histogram

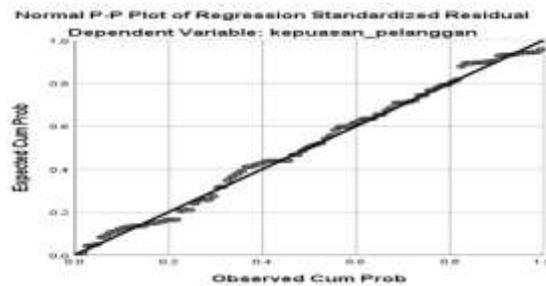


Sumber: SPSS 26, 2024

Berdasarkan uji SPSS yang tertera pada gambar 2. menghasilkan uji histogram dengan bentuk kurva

lonceng, yang dapat dinyatakan bahwa data mengikuti distribusi normal.

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Data Diagram



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Data Diagram

Berdasarkan uji SPSS yang tertera pada gambar 3. menunjukkan garis diagonal diikuti oleh titik-titik yang menyertainya. Titik-titik residual standar tersebar di sekitar garis diagonal dengan baik. Hal ini

menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas residual dalam model regresi berganda ini terpenuhi.

Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Tabel 5. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters a,b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39802535
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.059
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: SPSS 26, 2024

Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test yang terdapat pada tabel 5. mengindikasikan data terdistribusi dengan normal, dimana

Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,200 yang lebih besar dari pada 0,05.

Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Physical Environment	.994	1.006
	Kualitas Produk	.994	1.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 26, 2024

Hasil uji multikolinieritas dari SPSS yang terdapat pada tabel 6. mengidentifikasi tidak adanya fenomena multikolinieritas. Hal ini disimpulkan dari nilai-nilai VIF untuk

setiap variabel independen yang kurang dari 10 dan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 untuk setiap variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	0,685	2,010	Beta	0,341	0,734
	Physical Environment	0,052	0,060	0,088	0,868	0,388
	Kualitas Produk	0,004	0,055	0,007	0,074	0,942

a. Dependent Variable: Abs_res

Sumber: SPSS 26, 2024

Uji Heteroskedastisitas yang dimuat dari SPSS pada tabel 7. dengan hasil 0,338 untuk variabel Physical environment (x1) dan 0,942

pada variabel kualitas produk (x2), yang mana keduanya lebih besar dari 0,05 dengan itu ,maka tidak terdapat fenomena heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized B	Coefficients ^a		t	Sig.
		Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
(Constant)	24.739	1.380		17.923	.000
Physical Environment	.138	.042	.313	3.257	.002
Kualitas Produk	-.044	.037	-.116	-1.200	.233

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 26, 2024

Berdasarkan pada tabel 8. maka dapat diperoleh persamaannya berikut ini:

$$Y = 24.739 + 0,138X_1 + -0,044X_2$$

Bisa disimpulkan hasil persamaan regresi seperti berikut ini:

1. Konstanta yang dihasilkan bernilai positif di angka 24.739. Oleh karena itu, jika diasumsikan variabel Y bernilai 0, maka variabel X memiliki nilai sebesar 24.739.
2. Koefisien variabel Physical Environment (X1) bernilai 0,138 atau 13,8%. Dapat di asumsikan bahwa

setiap kenaikan satu unit pada variabel independen X1 dapat menyebabkan peningkatan pada variabel Y sebanyak 13,8% atau 0,138.

3. Koefisien variabel Kualitas Produk (X2) bernilai -0,044 atau -4,4%. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh negatif terhadap Kepuasan Pelanggan, tetapi pengaruh ini tidak signifikan pada tingkat signifikansi 0.05. Artinya, perubahan dalam Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam model ini.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error Of The Estimate
1	.326 ^a	.106	.088		1.00946

a. Predictors: (Constant), Physical Environment, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data yang tertera pada tabel 9. diperoleh persentase keragaman variabel kepuasan pelanggan (Y) yang bisa dijelaskan oleh variabel

environment(X1) dan kualitas produk(X2) sebesar 8,8% atau 0,088 dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Uji Hipotesis Uji T (Parsial)

Tabel 10. Hasil uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	24.739	1.380		17.923	.000
Physical Environment	.138	.042	.313	3.257	.002
Kualitas Produk	-.044	.037	-.116	-1.200	.233

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 26, 2024

Berdasar pada tabel 10. maka bisa di Tarik Kesimpulan berikut ini:

1. Pada H1, variabel Physical Environment (X1) memiliki nilai sebesar $3.257 > T$ tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikan $0,002 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan standar yang ditetapkan, Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil Uji T untuk H1 menunjukkan bahwa Physical Environment berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di

Luar Garis Coffee, sehingga H1 diterima.

2. Pada H2, hasil penelitian menunjukkan angka sebesar $-1.200 < 1,985$ dengan nilai signifikan sebesar $0,233 > \alpha (0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa Ho diterima. Artinya, variabel Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk Luar Garis Coffee, sehingga H2 ditolak.

Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

Model	ANOVA ^a					
		Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.745	2	5.872	5.763	.004 ^b
	Residual	98.843	97	1.019		
	Total	110.588	99			

A. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

B. Predictors:(Constant), Physical Environment, Kualitas Produk

Sumber: SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 11. yang dihasilkan dari SPSS 26, nilai F hitung sebesar 5.763. Karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($5.763 > 3,939$) dan nilai signifikansi sebesar $0,04 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa

Ho ditolak dan Ha diterima. Oleh karena itu, terdapat pengaruh simultan variabel Physical Environment dan Kualitas Produk dengan variabel Kepuasan Pelanggan.

SIMPULAN

1. Kepuasan pelanggan Luar Garis Coffee dikendalikan secara krusial oleh variabel physical environment. Hal ini tertera dalam uji parsial dimana t hitung diangka 3.257 lebih besar daripadaT tabel yang diangka 1,985.
2. Variabel kualitas produk berdampak pada kepuasan pelanggan Luar Garis Coffee tetapi tidak terlalu berarti, dikarenakan ada variable lain yang lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan dan perbedaan persepsi kualitas antara pelanggan. Diperkuat oleh nilai signifikansi antar variable yang di angka 0,233 yang lebih besar dari 0,05.
3. Physical environment dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Luar Garis Coffee di Batam memegang pengaruh simultan yang krusial, ini mengacu pada hasil pengujian f penelitian ini. Dimana nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($5.763 > 3,939$) dan nilai signifikansi sebesar $0,04 < 0,05$, ini menunjukkan terdapat pengaruh simultan variabel Physical Environment dan Kualitas Produk dengan variabel Kepuasan Pelanggan.

Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 9(1), 15–25.

Anggarawati, I. R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PDAM TIRTA MARTA YOGYAKARTA Intan. *Indonesia Sosial Sains*, 2.

Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.33087/eksis.v11i1.177>

Damayanti, N., & Wadud, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Unsilent Palembang* (Vol. 1, Issue 1).

Dani Haris. (2019). KUALITAS DAN DESAIN PRODUK DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 21–41. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v11i1.277>

DAFTAR PUSTAKA

Adnan. (2020). Pengaruh Atmosfer Café ,

- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota Malang. *Management and Business Review*, 3(2), 116–123. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>
- Hartanto, A., & Andreani, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN LINGKUNGAN FISIK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI DE MANDAILING CAFE SURABAYA (Vol. 7, Issue 1).
- Hermanto, H., & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Aneka Tata Niaga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(01), 46–57. <https://doi.org/10.52657/jiem.v11i01.1193>
- Lieyanto, D. M., & Pahar, B. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 13(2), 88–101. <https://doi.org/10.37477/bip.v13i2.216>
- Morkunas, M., & Rudiene, E. (2020). The impact of social servicescape factors on customers' satisfaction and repurchase intentions in mid-range restaurants in Baltic states. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030077>
- Naufal Altair, I. M. S. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS MAKANAN, KEWAJARAN HARGA, KUALITAS LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA KONSUMEN COFFEE SHOP ATAS KOTA SEMARANG). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1).
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Manajemen, M. (2020). TATA KELOLA Pengaruh kualitas Layanan Dan KualitAs Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. 7(2).
- Nur, A., & Ali, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Atmosfer Caffe Dan Kualitas Layanan (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kami Ngaliyan, Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 465–482. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/2220%0A> <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/2220/1473>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Supriyanto¹, T. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Wali Jaya Utama. *Ekonomi Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.651>
- Tarigan, E. D. S., Wijaya, M., & Marbun, P. (2020). The influence of lifestyle, physical environment and menu variety on customer loyalty through customer satisfaction in the coffee shop. *International Journal of*

- Research and Review (Ijrrjournal.Com)*, 7(3), 102–111. https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vo1.7_Issue.3_March2020/Abstract_IJRR0014.html
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *891 Jurnal EMBA*, 7(1), 891–900.
- Wibowo, L. A., Andari, R., & Amanda, S. P. F. (2020). Physical Environment Terhadap Behavioural Intentions (Survei Terhadap Wisatawan Yang Berkunjung Ke Taman Satwa Taru Jurug Surakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(1), 17–38. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i1.408
- Wijaya, T. &. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Fisik, dan Variasi Menu Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopi. *Jurnal Internasional Penelitian Dan Review*, 7(3), :www.ijrrjournal.com.