

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
MCDONALD'S SUDIRMAN KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh: Marcella Feriska Wouters  
11190805**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS  
KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA  
2023**

## **HALAMAN PENGAJUAN**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen



**Disusun Oleh: Marcella Feriska Wouters  
11190805**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS  
KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA  
2023**

# HALAMAN PENGESAHAN DAN KEASLIAN SKRIPSI

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S SUDIRMAN KOTA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

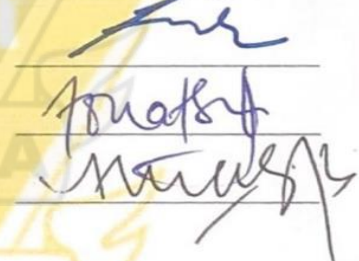
**Marcella Feriska Wouters  
11190805**

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...

Nama Dosen

1. . Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM  
(Ketua Tim)
2. Jonathan Herdioko, SE., MM  
(Dosen Pembimbing)
3. Dra. Puwarni Retno Andalas, MM  
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 23 Juni 2023  
Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



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

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

### **PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S SUDIRMAN KOTA YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 5 JUNI 2023



Marcella Feriska Wouters

11190805

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marcella Feriska Wouters  
NIM : 11190805  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK MCDONALD’S SUDIRMAN KOTA YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 25 Oktober 2023

Yang menyatakan



MARCELLA FERISKA WOUTERS  
NIM.11190805

## HALAMAN MOTTO

“Dan apa saja yang kalian minta atas nama-ku, itu akan Kulakukan untuk kalian,

supaya Bapa diagungkan melalui Anak” (Yohanes14:13)

“Apa saja yang kalian minta atas nama-ku, akan Kulakukan ” (Yohanes14:14)

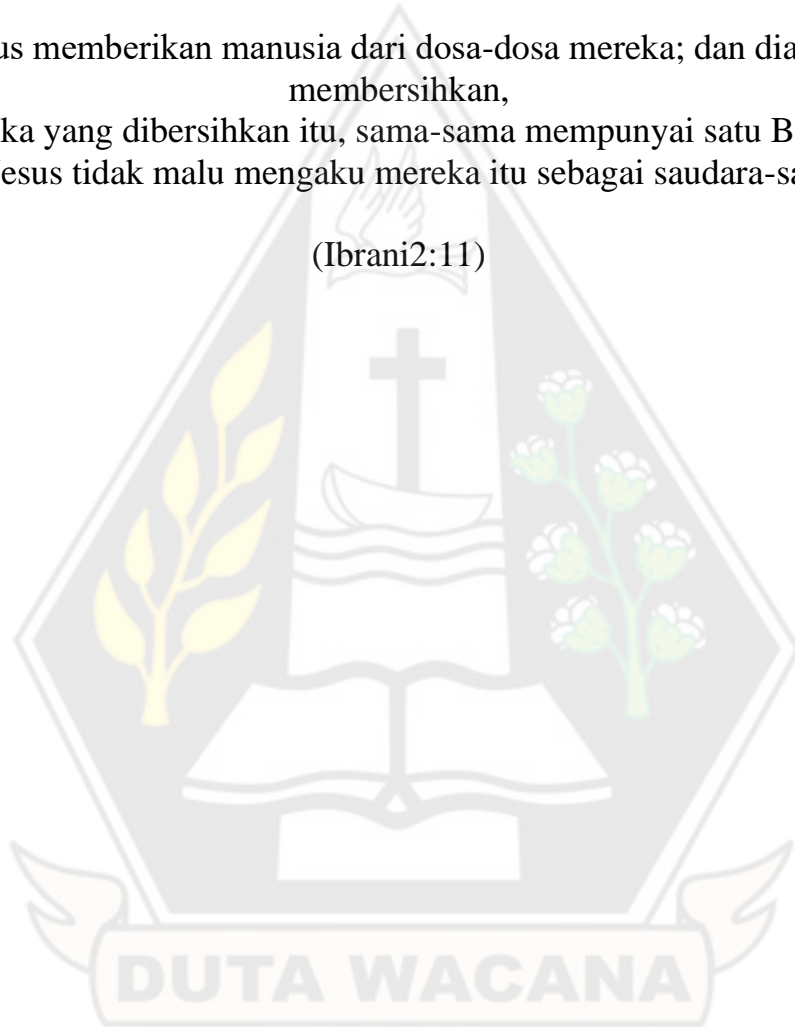
“Saudara-saudara harus mengetahui bahwa kabar baik yang saya beritakan itu

tidak berasal dari manusia” (Galatia1:11)

“Yesus memberikan manusia dari dosa-dosa mereka; dan dia yang membersihkan,

serta mereka yang dibersihkan itu, sama-sama mempunyai satu Bapa. Itulah sebabnya Yesus tidak malu mengaku mereka itu sebagai saudara-saudara-nya”

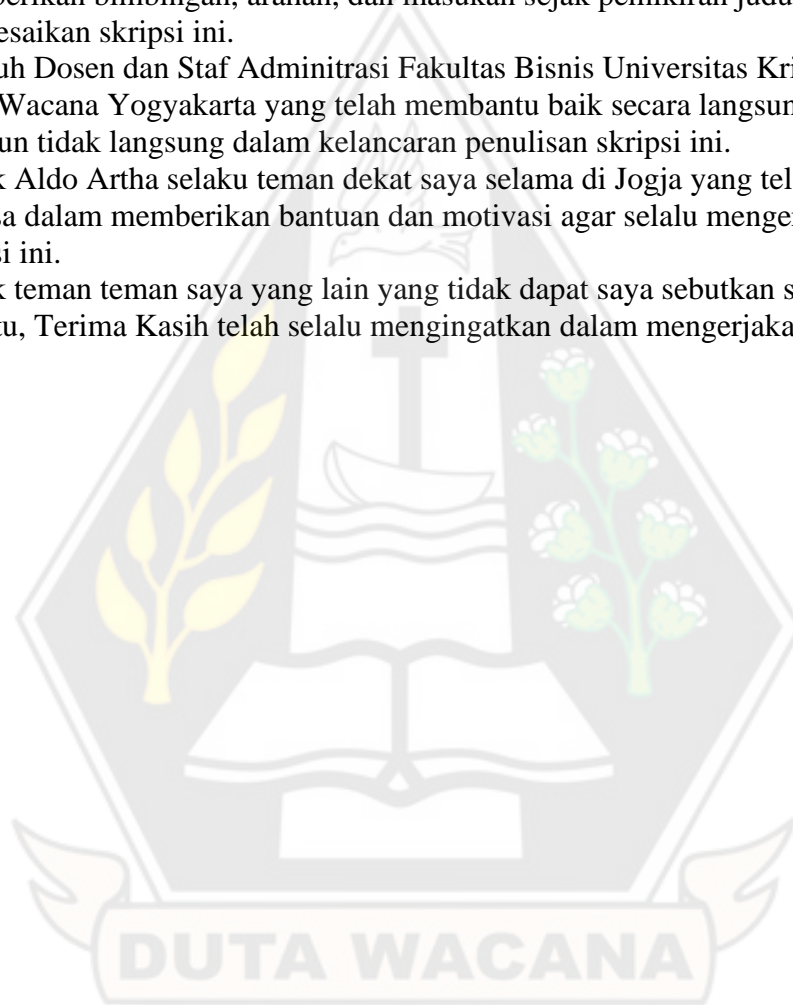
(Ibrani2:11)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dengan rasa syukur kepada:

1. Tuhan Yesus Maha Esa yang selalu memberkati dan memberi rasa syukur sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Kedua orang tua yang sayang cintai Bapak Ionx Xavier dan Mama Saya Fransiska Tantin yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada saya dalam studi maupun dalam kehidupan sehari – hari secara moral maupun materi.
3. Bapak Jonathan Hardioko, S.E.,M.M. Selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan, arahan, dan masukan sejak pemikiran judul hingga terselesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staf Adminitrasi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
5. Untuk Aldo Artha selaku teman dekat saya selama di Jogja yang telah berjasa dalam memberikan bantuan dan motivasi agar selalu mengerjakan skripsi ini.
6. Untuk teman teman saya yang lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, Terima Kasih telah selalu mengingatkan dalam mengerjakan skripsi ini.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD’S SUDIRMAN KOTA YOGYAKARTA”**

dengan baik. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis sendiri sadar bahwa memiliki banyak kelemahan keterbatasan sehingga, dalam menyelesaikan skripsi ini saya menerima bantuan dari berbagai pihak hingga terselesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada orang – orang yang sudah memberikan dukungan, motivasi, arahan kepada saya selama mengerjakan skripsi ini. Terutama kepada keluarga saya tercinta, terutama kepada ayah saya Hidayat Yulianto dan mama saya Fransiska Kusumaningrum yang selalu memberikan dukungan tak terhingga serta selalu mendoakan saya dan selalu memberikan perhatian baik moral dan materi.

Penulis juga mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada orang yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Yang saya hormati, Bapak Jonathan Hardioko, S.E.,M.M. Selaku dosen pembimbing skripsi saya yang selalu berkenan membagikan ilmunya serta memberikan arahan dan motivasi. Dan selalu bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan pembelajaran yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna namun penulis akan percaya bahwa Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat yang berlimpah kepada pihak yang telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karna itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sehingga skripsi ini dapat berguna semua pihak. Akhir kata, penulis berharap semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkannya.

Yogyakarta, 06 Januari 2022

Penulis

(Marcella Feriska Wouters)



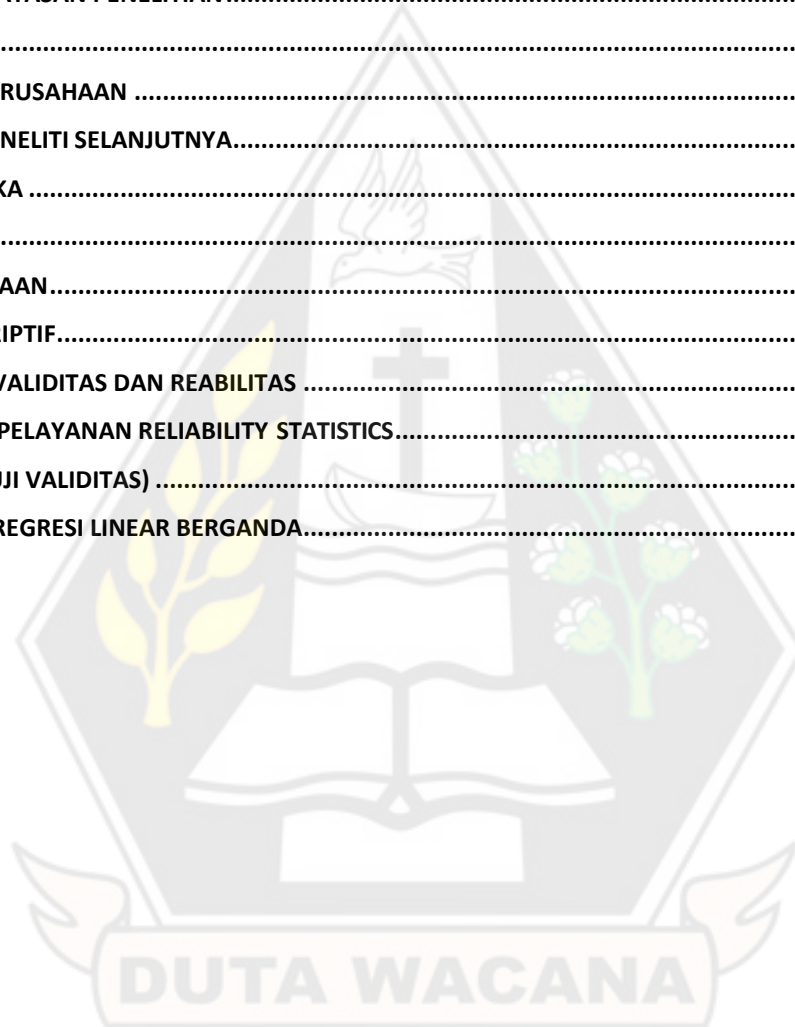
## DAFTAR ISI

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD’S SUDIRMAN KOTA YOGYAKARTA.....	I
HALAMAN PENGAJUAN .....	II
HALAMAN PENGESAHAN .....	III
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	IV
HALAMAN MOTTO .....	V
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR .....	VII
DAFTAR ISI .....	VIII
ABSTRAK .....	IX
THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON COSTUMER SATISFACTION AT MCDONALD'S SUDIRMAN YOGYAKARTA CITY .....	X
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
TABEL 1.1.2 .....	2
GAMBAR 1.1.3 .....	4
DATA RESTORAN FAST FOOD FAVORIT ANAK MUDA DI INDONESIA TAHUN 2022 .....	4
GRAFIK 1.1.4 .....	5
GAMBAR 1.1.5 .....	7
FAKTA PENILAIAN GOOGLE TENTANG MCDONALD’S SUDIRMAN YOGYAKARTA .....	7
GAMBAR 1.1.6 .....	9
SCREENSHOT PETA LOKASI MCDONALD’S SUDIRMAN KOTA YOGYAKARTA DAN PESAING DI SEKITARNYA .	9
TABEL 1.1.7 .....	10
DAFTAR RETO CEPAT SAJI PESAING MCDONALD’S SUDIRMAN KOTA YOGYAKARTA .....	10
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	11
1.3 TUJUAN PENELITIAN .....	11
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	12
1.5 BATASAN PENELITIAN.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
A. LANDASAN TEORI.....	14
2.2 KUALITAS PELAYANAN.....	19
2.2.1 DEFINISI KUALITAS PELAYANAN .....	19
2.2.2 INDIKATOR KUALITAS PELAYANAN .....	19

2.3	KUALITAS PRODUK .....	21
2.3.1.	DEFINISI KUALITAS PRODUK .....	21
2.3.2	INDIKATOR KUALITAS PRODUK.....	21
2.4	KEPUASAN KONSUMEN .....	22
2.4.1	PENGERTIAN KEPUASAN KONSUMEN.....	22
2.4.2	INDIKATOR KEPUASAN KONSUMEN .....	24
2.5	PENELITIAN TERDAHULU .....	25
	TABEL 2.5.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	25
2.6	HIPOTESIS.....	27
2.6.1.	HUBUNGAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.....	27
	H1: SUASANA TOKO, BERDAMPAK POSITIF DAN SIGNIFIKAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MCDONALD'S SUDIRMAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. ....	27
2.6.2	HUBUNGAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.....	27
	H2: KUALITAS PELAYANAN BERDAMPAK POSITIF TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S SUDIRMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. ....	28
2.6.3	PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN .....	28
	HA3: PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN SIGNIFIKAN. HO3: KUALITAS PRODUCT BERDAMPAK POSITIVE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S SUDIRMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. ....	29
	GAMBAR 2.6.4 MODEL PENELITIAN .....	29
BAB III .....		30
METODE PENELITIAN .....		30
3.1	JENIS PENELITIAN .....	30
3.2	POPULASI DAN SAMPEL.....	30
3.2.1	POPULASI .....	30
3.2.2	SAMPEL .....	30
3.2.3	TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL .....	31
3.3	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	32
	TABEL 3.3.1 DEFINISI OPERASIONAL.....	32
3.4	UJI VALIDITAS DAN REABILITAS .....	34
3.5	ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA.....	36
3.6	UJI F DAN UJI T .....	37
B.	UJI T (PARSIAL).....	38
BAB IV .....		39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		39
4.1	HASIL UJI INSTRUMEN PENELITIAN .....	40
4.1.1	HASIL UJI VALIDITAS .....	40
	TABEL 4.1.2 .....	41

HASIL UJI VALIDITAS DARI ITEM-ITEM VARIABEL PENELITIAN .....	41
4.1.3 HASIL UJI RELIABILITAS .....	42
TABEL 4.1.4 .....	42
HASIL UJI REABILITAS PADA INSTRUMEN PENELITIAN.....	42
4.2 HASIL ANALISIS DESKRIPTIF .....	43
4.2.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN .....	43
TABEL 4.2.2 .....	43
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN .....	43
4.2.3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA .....	44
TABEL 4.2.4 .....	44
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	44
4.2.5 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN .....	45
TABEL 4.2.6 .....	45
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN .....	45
4.2.7 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGELUARAN DALAM 1 BULAN .....	46
TABEL 4.2.8 .....	46
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGELUARAN DALAM 1 BULAN .....	46
4.2.9 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN DOMISILI .....	47
TABEL 4.2.10 .....	47
4.3 HASIL UJI HIPOTESIS .....	48
4.3.1 HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA .....	48
TABEL 4.3.2 .....	48
HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA.....	48
4.3.3 HASIL UJI R <sup>2</sup> (KOEFSIEN DERERMINASI) .....	50
TABEL 4.3.4 .....	50
KOEFSIEN DETERMINASI R <sup>2</sup> .....	51
4.3.4 HASIL UJI SIGNIFIKAN SIMULTAN (F).....	51
TABEL 4.3.5 .....	52
HASIL UJI SIGNIFIKAN SIMULTAN (F) .....	52
4.3.6 HASIL UJI SIGNIFIKAN SECARA PARSIAL (UJI T) .....	53
TABEL 4.3.7 .....	53
HASIL UJI SIGNIFIKAN PARSIAL (T).....	53
4.3.8 PEMBAHASAN .....	55
4.3.9 PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S SUDIRMAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA .....	55
4.3.10 PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S SUDIRMAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA .....	56

4.3.11	PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S SUDIRMAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA .....	56
<b>BAB V .....</b>		<b>58</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>58</b>
5.1	<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>58</b>
5.1.1	<b>HASIL ANALISIS DESKRIPTIF KARAKTERISTIK RESPONDEN .....</b>	<b>58</b>
5.1.2	<b>HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA .....</b>	<b>59</b>
5.1.3	<b>HASIL ANALISIS UJI T.....</b>	<b>60</b>
5.1.4	<b>KETERBATASAN PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
5.2	<b>SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.2.2	<b>BAGI PERUSAHAAN .....</b>	<b>60</b>
5.2.3	<b>BAGI PENELITI SELANJUTNYA.....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>62</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>68</b>
<b>BUTIR PERTANYAAN.....</b>		<b>69</b>
<b>ANALISIS DESKRIPTIF.....</b>		<b>100</b>
1.	<b>HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS .....</b>	<b>102</b>
3.	<b>KUALITAS PELAYANAN RELIABILITY STATISTICS.....</b>	<b>102</b>
7.	<b>TABEL R (UJI VALIDITAS) .....</b>	<b>104</b>
8.	<b>HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA.....</b>	<b>105</b>



**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
MCDONALD'S SUDIRMAN KOTA YOGYAKARTA**

**Marcella Feriska Wouters**

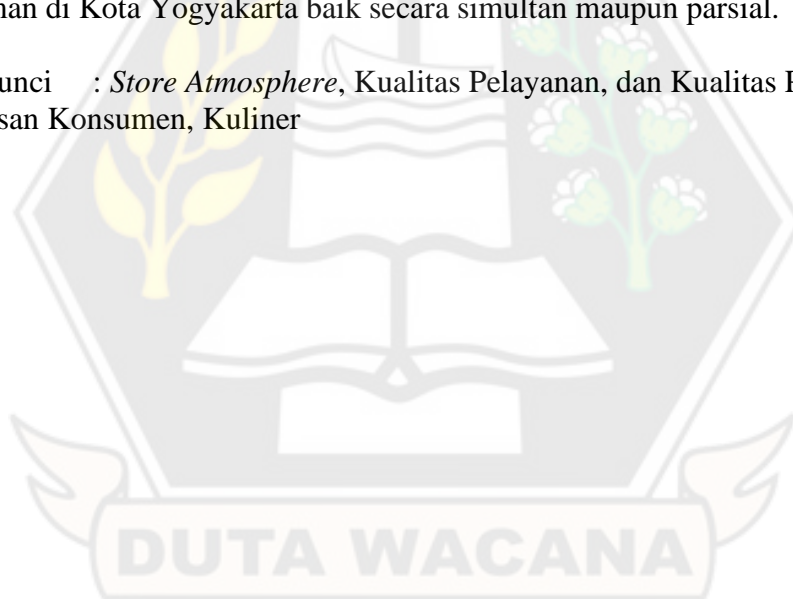
**11190805**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis  
Universitas Kristen Duta Wacana**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam penelitian ini untuk pengambilan data menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan 100 responden masyarakat di Kota Yogyakarta dengan usia minimal 1 Tahun dan pernah Mengunjungi McDonald's Sudirman di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *online* yaitu Google Form yang disebarakan kepada responden untuk mengumpulkan data, kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS 25. Teknik analisi dalam penelitian ini berupa uji regresi linear berganda dengan uji hipotesis, uji determinan ( $R^2$ ), uji t, dan uji F (Anova). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen McDonald's Sudirman di Kota Yogyakarta baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci : *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Kuliner



**THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY AND  
PRODUCT QUALITY ON COSTUMER SATISFACTION AT MCDONALD'S  
SUDIRMAN YOGYAKARTA CITY**

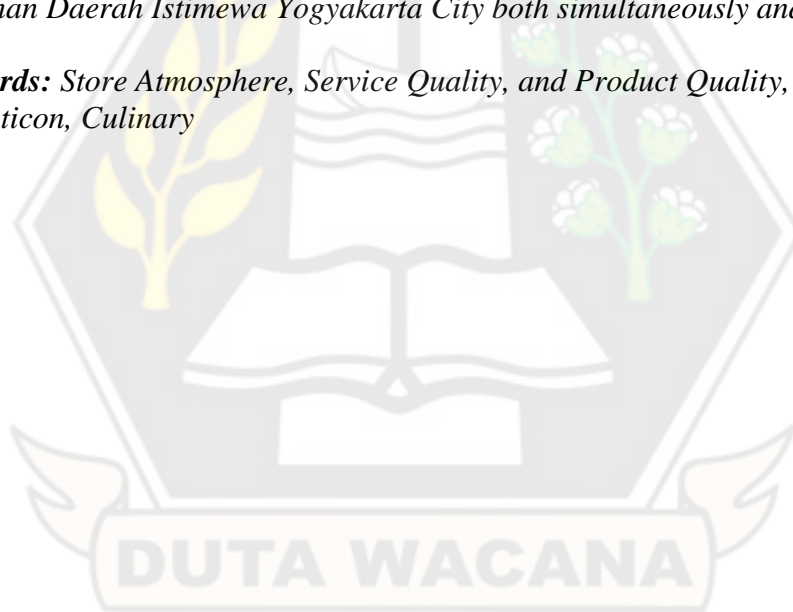
**Marcella Feriska Wouters  
11190805**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis  
Universitas Kristen Duta Wacana**

***ABSTRACT***

*The purpose of this study is to determine the effect of Service Quality, Product Quality, and Price Perception on Consumer Satisfaction. In this study for data collection using purposive sampling using 100 community respondents in Yogyakarta City with a minimum age of 1 years and had visited McDonald Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta. In this study using an online questionnaire, namely Google Form, which was distributed to respondents to collect data, then the data was processed using SPSS 25. The analysis technique in this study is in the form of multiple linear regression tests with hypothesis tests, determinant tests ( $R^2$ ),  $t$  tests, and  $F$  tests (Anova). The results of this study show that Store Atmosphere, Service Quality, and Product Quality on Consumer Satisfaction of McDonald's Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta City both simultaneously and partially.*

**Keywords:** *Store Atmosphere, Service Quality, and Product Quality, Consumer Satisfaticon, Culinary*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Evolusi dunia bisnis pada era globalisasi ditandai dengan perubahan yang cepat dan munculnya banyak peluang dan tantangan di semua tingkatan kehidupan. Salah satunya adalah pada tataran pola kehidupan manusia yang semakin cepat berubah, dan masyarakat tentu ingin memiliki semuanya sekaligus. Makan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Memuaskan, orang yang hidup dengan makanan instan juga mencari makanan instan.

Adanya pola konsumsi improvisasi di masyarakat ini akhirnya memunculkan konsep makanan yang nyaman dan cepat disajikan alias *fast food*. Makanan cepat saji atau sering kita dengar *fast food* ialah makanan dengan penyajian cepat, mudah serta nyaman untuk dikonsumsi. Makanan cepat saji ini disukai masyarakat dari manca negara. Apalagi pada kalangan masyarakat Indonesia, ada penduduk kota yang menyukai segala jenis makanan seperti kentang goreng, ayam goreng, hamburger, *nugget*. Bahkan, tidak hanya restoran besar tetapi juga toko yang menjual hamburger, ayam goreng, bakso bahkan restoran di Padang tergolong restoran cepat saji (Hartini & Hartati, 2017).

*Fast food* juga sering dipandang sebagai *junk food* dan makanan tinggi gula, lemak, minyak, kalori dan garam. Hal ini berbanding terbalik dengan pentingnya pola makan sehat, yang harus menyediakan makanan sehat seperti biji-bijian, buah dan sayuran segar, serta daging tanpa lemak. Di bawah ini adalah beberapa data tentang *junk food* yang umum dikonsumsi.

**Tabel 1.1.2**

**Jenis makanan *Junk Food* dan tingkat konsumen 2022**

<b>No.</b>	<b>Jenis Makanan</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Gorengan	45,7%
2.	Mie Instant	43,1%
3.	Roti / burger / pizza	21,7%
4.	<i>Frozen Food</i>	19,6%

*Sumber : (Databoks, 2022)*

Pada data di atas, diketahui bahwa jenis makanan fast food menduduki peringkat ke-3 yang mana memiliki presentasi sebesar 21,7%. Sedangkan, gorengan dan mie instant memiliki posisi terbanyak, hal ini dikarenakan keduanya merupakan makanan yang sangat praktis dan juga dapat dengan cepat untuk didapatkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia lebih tertarik untuk makan makanan cepat saji ini.

Menurut (Mufidah, 2012) Adanya ketertarikan ini dikarenakan beberapa faktor, antara lain keseharian tinggal di perkotaan yang mobilitasnya tinggi, masyarakat membutuhkan segala sesuatu dengan cepat dan juga praktis sehingga dengan demikian terpenuhi kebutuhan serta keinginan adanya harapan tinggi konsumen yang dapat mengindikasikan adanya kepuasan yang dirasakan konsumen. Dengan demikian berdampak pada pengulangan pembelian serta terciptanya keetiaan yang berlanjut lama. Pada pernyataan (Nuraini, 2017) terdapat faktor penting dalam kepuasan konsumen dengan



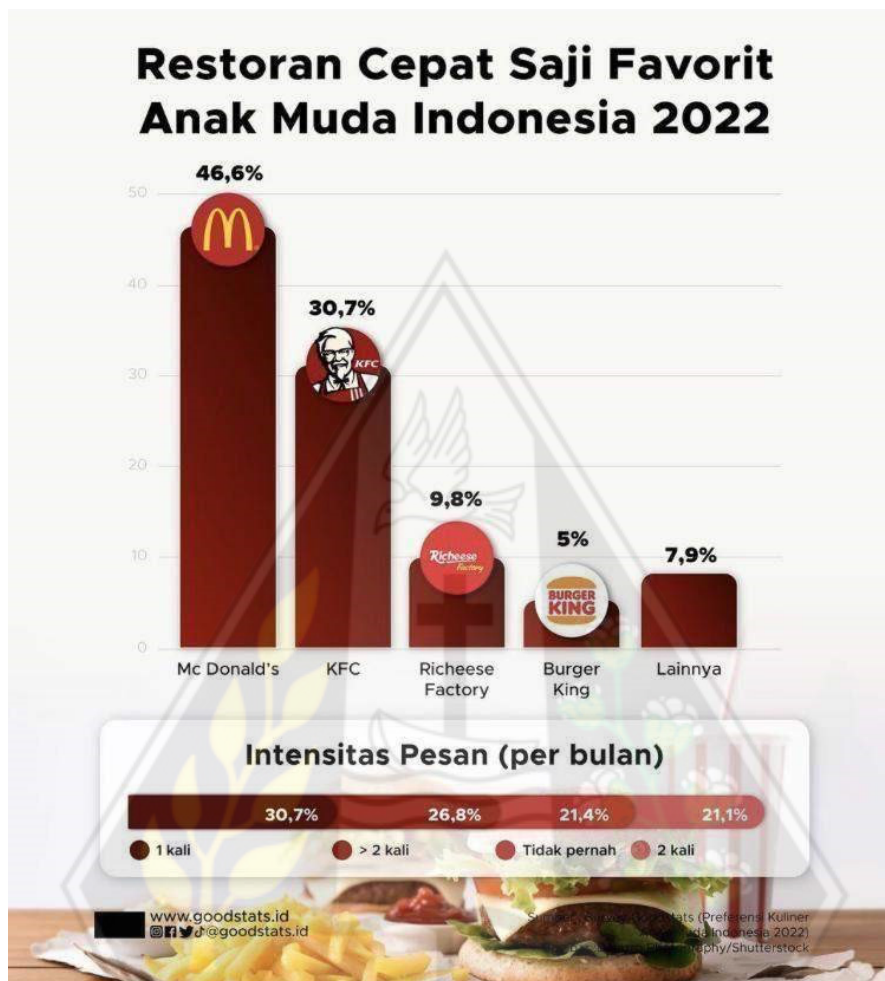
adanya kualitas serta kinerja baik yang ditunjukkan oleh suatu badan usaha. Pengusaha kini semakin kompetitif dikarenakan melihat tingginya peminat dari makanan cepat saji.

Dengan adanya hal tersebut sering membuat konsumen menghadapi berbagai alternatif dalam pilihan berbagai macam produk, kualitas yang beragam serta harga yang kini semakin banyak persaingan. Hal tersebut membuat konsumen mencari *value* lebih dari sebuah produk. Menanggapi fenomena tersebut, perusahaan melalui manajemen pemasarannya tidak lagi mencari konsumen saja melainkan berupaya untuk konsumen dapat dengan setia menggunakan produk mereka. Terdapat berbagai hal yang dapat diperhatikan oleh perusahaan dalam upaya bersaing menjadi mitra dalam pilihan setiap konsumen.

Diantaranya yaitu dengan memperhatikan kebutuhan, kepuasan serta pelayanan yang lekat dengan peran konsumen dalam memakai jasa maupun produk yang ditawarkan dari perusahaan. Ketiganya menjadi kunci dalam keberhasilan setiap perusahaan dalam pergempuran di era bisnis kuliner yang ketat.

Banyak perubahan perilaku konsumen di dalam masyarakat yang membuat budaya yang baru akan makanan yang dikonsumsi. Banyak juga masyarakat yang mulai beralih kepada hal yang modern serta selalu mengikuti trend dalam era globalisasi ini. Akibatnya perkembangan restoran cepat saji mulai meningkat pesat. Daerah tempat tinggal menjadi salah satu pengaruh restoran memenuhi kebutuhan tingkat konsumsi harian yang terjadi. Resto cepat saji dapat dinikmati di semua kalangan dari anak-anak, dewasa baik siapapun dapat menikmati berbagai pilihan merek restoran cepat saji di berbagai lokasi. Dalam diagram berikut ini merupakan restoran atau fast food yang sering dikunjungi kaum muda di Indonesia tahun 2022.

Gambar 1.1.3 Data restoran fast food favorit anak muda di Indonesia tahun 2022



Sumber : (Goodstats.id, 2022)

Data diagram gambar 1.1, dapat diketahui mayoritas anak muda menjadi tingkat teratas yaitu sebanyak 46,6% menyukai makanan cepat saji Mc Donald's. Kemudian urutan kedua sebanyak 30,7% diduduki oleh KFC yang menjadi peringkat kedua yang menjadi favorit anak muda. Sedangkan pada peringkat ke-3 diduduki oleh Richeese

Factory dengan presentase sebanyak 9,8%. Kemudian pada peringkat ke-4 terdapat Burger King sebagai pilihan makanan cepat saji favorit dengan presentase 5%. Kemudian sisanya sebanyak 7,9% merupakan merek lain seperti benu, pizza hut dan merek lainnya.

McDonald's menjadi salah satu restoran *fast food* juga menjadi favorit di Indonesia melainkan hingga seluruh dunia. Pada tahun 1955 menjadi awal didirikannya McDonald's di California, Amerika Serikat oleh Ray Kroc. Hingga saat ini Mc'Donalds mampu membuka cabang hingga seluruh dunia. Pada diagram dibawah ini merupakan pencapaian jumlah restoran Mc'Donalds secara global pada tahun 2011-2020. Pada tahun 2020 McDonald's memiliki sebanyak 39.198 restoran dengan presentase sebanyak 93% yang merupakan bisnis waralaba.

**Grafik 1.1.4**



Sumber: (Databoks, 2021)

Berdasarkan laporan data diagram grafik 1.1 menunjukkan bahwa *trend* dalam makanan cepat saji di dunia berkembang secara pesat dari tahun 2011-2020. Hal ini didukung terkait pernyataan dari (Sentiana, 2018) menyatakan memang harga juga

bentuk pemasaran ini sangat berpengaruh terhadap pengoptimalan suatu produk yang kemudian juga berdampak kepada kepuasan konsumen. Salah satu upaya McDonald's adalah dengan selalu menghadirkan produk dengan kualitas dan juga inovasi yang membuat mereka dapat bertahan hingga sekarang. Banyaknya *competitor* makanan cepat saji tidak menjadi penghalang bagi McDonald's dalam membuka peluang bisnis yang banyak.

Pada zaman sekarang *industry* restoran cepat saji juga sudah mulai berkembang di Indonesia. Restoran cepat saji memberikan banyak keuntungan bagi para konsumen. Konsumen pada saat ini tentu mencari makanan yang cepat, enak dan juga praktis sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan cepat. Hal ini yang menjadikan McDonald's masuk ke dalam restoran cepat saji yang menawarkan berbagai keuntungan tersebut. Terlebih pada tempat tinggal dengan mobilitas yang cukup tinggi seperti di Daerah Istimewa Yogyakarta. Contohnya adalah McDonald's Sudirman yang dimana sekitarnya dikelilingi oleh keramaian penduduk setempat dikarenakan dekat dengan arah Malioboro, ramai anak rantau yang berkuliah di Universitas sekitar dan juga para pelancong lainnya.

### Gambar 1.1.5

#### Fakta Penilaian Google tentang McDonald's Sudirman Yogyakarta



**Sumber : (Google, 2022)**

Pada gambar 1.5 terdapat beberapa ulasan mengenai McDonald's Sudirman Yogyakarta ini. Terdapat banyak ulasan positif mengenai suasana lokasi, adanya penawaran promo, tempat yang bersih, pelayanan yang ramah serta lokasi yang strategis. Dikatakan suatu strategi profitable ketika suatu usaha memiliki keunggulan yang khusus yang juga menarik dalam tujuan menarik konsumen baru, mempertahankan yang sudah ada dan juga meminimalisir berpindahannya konsumen lama. Namun, untuk melakukan hal tersebut di perlukan hal yang diutamakan dalam bisnis antara lain yaitu pengutamaan kualitas pelayanan yang kemudian akan berdampak langsung kepada kepuasan konsumen. Berdasarkan data dari ulasan di *Google* juga terdapat kualitas pelayanan yang diberikan oleh para pekerja di McDonald's Sudirman Yogyakarta, pada ulasan di *Google* juga terdapat ulasan yang buruk yang seringkali menjatuhkan image perusahaan.

McDonald's juga memiliki visi misi yang selalu mengedepankan kepuasan konsumen dengan menghadirkan inovasi secara terus menerus. Menurut (Aprilian, et al., 2020) dalam pemberian kualitas dan pelayanan membuat konsumen puas sehingga membentuk loyalitas konsumen untuk tetap menggunakan brand tersebut. Selain itu menurut (Griffin, 2007) mengatakan bahwa adanya konsumen yang setia adalah menyarankan perusahaan yang disukai tersebut kepada orang lain. Maka dari itulah bagi perusahaan adanya konsumen yang setia menjadi asset yang terpenting dan sangat berharga.

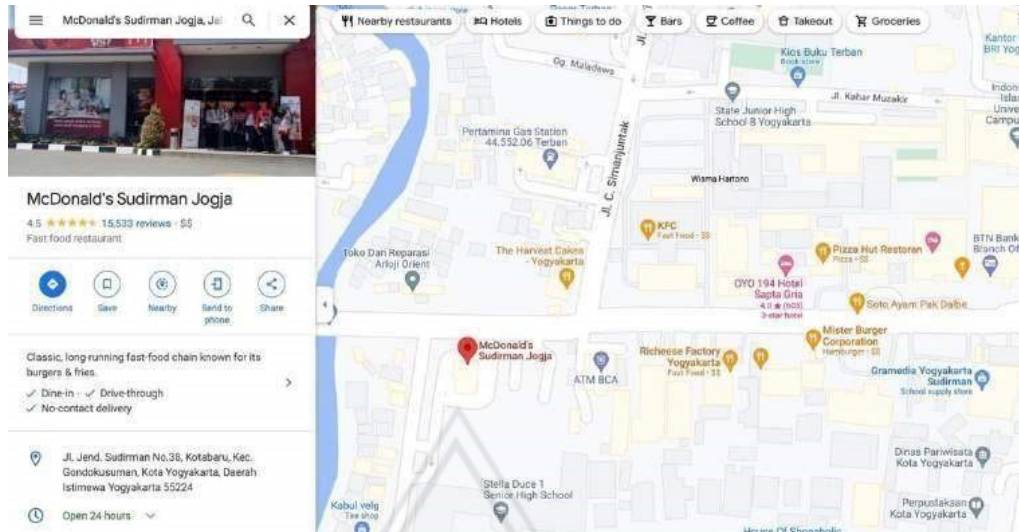
Produk yang ditawarkan oleh McDonald's sendiri memiliki kelebihan bagi para konsumen seperti kualitas produk, harga, pelayanan hingga lokasi. Kepuasan konsumen tersebut akan dicapai setelah adanya pemenuhan dari keperluan, ambisi juga injakan oleh konsumen nantinya bakal terjadi perolehan yang berulang pada produk yang sama.

Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan akan menentukan loyalitas mereka dalam pembelian produk. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut (Kotler, 2005) kualitas produk merupakan suatu upaya perusahaan untuk memenuhi permintaan dan juga harapan dari konsumen berdasarkan produk yang diberikan, sedangkan tingkat pelayanan yang baik merupakan upaya dari bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui pemberian jasa dan keduanya bertujuan untuk mengadakan kepuasan bagi konsumen. Kedua hal tersebut jika di maksimalkan akan menjadi mata tombak dari restoran cepat saji

Pilihan masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi makanan sehari-hari membuat peluang bisnis cepat saji berkembang dengan pesat. Terdapat merek selain McDonald's seperti merek KFC, Burger King, A&W, Subway. Pada kenyataannya, lokasi menjadi faktor yang terpenting dalam menentukan apakah pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau menjadi pelanggan setia dari suatu restoran. Semakin banyaknya bisnis restoran cepat saji ini pun mengarah pada adanya persaingan yang semakin ketat.

Terlebih lokasi McDonald's Sudirman Yogyakarta yang dikelilingi berbagai macam merek *fast food* yang lain. Berikut ini merupakan data daftar pesaing restoran cepat saji di daerah Sudirman yang lokasinya berdekatan dengan McDonald's Sudirman Yogyakarta.

**Gambar 1.1.6 Screenshot Peta Lokasi McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta dan pesaing di sekitarnya**



Sumber : (Google Maps,2022)

Berikut merupakan lokasi dari McDonald's yang dikelilingi oleh Mister Burger Corporation, Pizza Hut, Richeese Factory dan juga KFC. Adanya beberapa merek restoran cepat saji tersebut membuat konsumen memiliki bahaya pilihan untuk dijadikan menu santapan dikala lapar. Lokasi McDonald's yang hanya ada di daerah Kotabaru yang dekat dengan Malioboro ini pun menjadi sasaran utama para pelanggan saat ingin menyantap produk yang dimiliki oleh McDonald's. Adapapun daftar resto besar yang berada disekitar McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta, sebagai berikut:

**Tabel 1.1.7 Daftar Reto cepat saji Pesaing McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta**

No.	Nama Pesaing
1.	Richeese <i>Factory</i> Sudirman
2.	Mister Burger <i>Corporation</i> Sudirman
3.	Pizza Hut Restoran Sudirman
4.	KFC Sudirman

## Sumber: Observasi awal peneliti (2022)

Tabel 1.8 merupakan beberapa daftar resto di sekitar lokasi dari McDonald's yang dikelilingi oleh Rihcheese Factory, Mister Burger, Pizza Hut dan juga KFC. Adanya beberapa merek restoran cepat saji tersebut akhirnya membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk dijadikan menu untuk di santap dikala lapar. Dalam hal ini McDonald's menjadi upaya agar memiliki ciri yang berbeda dengan pesaing lainnya.

Adanya situasi tersebut pun membuat McDonald's harus senantiasa melakukan peningkatan pada kualitas produk dan juga pelayanan sehingga konsumen memiliki rasa puas yang timbul bagi perusahaan. Dengan adanya banyak konsumen yang puas, maka dampaknya ada loyalitas yang terbentuk pada para konsumen pada restoran *fast food* ini.

### 1.2 RUMUSAN MASALAH

Pemaparan tersebut, sehingga peneliti telah menyimpulkan pertanyaan:

- a. Apakah *Store Atmosphere* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta?
- b. Apakah Kualitas Pelayanan di McDonald's Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta memberi pengaruh bagi kepuasan konsumen di McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta?
- c. Apakah Kualitas Produk memberi pengaruh bagi kepuasan konsumen di McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta?

### 1.3 TUJUAN PENELITIAN

Latar belakang serta masalah penelitian yang ditemui, sehingga terdapat maksud dalam penelitian, diantaranya:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* pada kepuasan konsumen di McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta.



- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan pada kepuasan konsumen di McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta?
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk pada kepuasan konsumen di McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta.

#### **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Pada bab ini, peneliti memiliki harapan bahwa kedepannya mampu memberikan kontribusi melalui pandangan umum yang telah ada. Pemamparan mengenai hal terkait kontribusi penelitian di bawah ini:

- a. Kontribusi Teoritis

Berangkat dari penelitian yang telah dilakukan oleh Uddin, M. B. (2019), peneliti melakukan penelitian reapiikasi yang hampir serupa pada variable yang diteliti. Pada penelitian ini, lokasi restoran cepat saji yang akan berkontribusi besar adalah McDonald's Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini bermaksud menambah pengetahuan mengenai Pengaruh Citra Merek, Pelayanan dan Kualitas Produk pada konsumen McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta. Juga menjadi acuan ilmu informatif tambahan yang akurat bagi peneliti selanjutnya.

- b. Kontribusi Praktis

Penelitian ini memiliki harapan bahwa kedepannya, penelitian ini dapat memberi pengetahuan tambahan maupun refrensi secara praktis kepada pelaku bisnis. Terutama dalam merumuskan atau menentukan peningkatan faktor seperti Citra Merek, Pelayanan serta Kualitas Produk dalam tujuan meningkatkan loyalitas konsumen, dalam upaya mengoptimalkan

keberlangsungan usaha yang sudah ada.

#### **1.5 BATASAN PENELITIAN**

Berdasarkan adanya pertanyaan dan tujuan penelitian di atas, batasan penelitian ini ialah dengan meneliti bahasan tentang “Pengaruh *Store Atmosphere*, Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di McDonald’s Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta. Alasan peneliti memilih McDonald’s Sudirman Kota Yogyakarta adalah karena hanya ada satu McDonald’s di daerah Kota Baru, pula dikelilingi oleh banyak restoran fast food yang cukup membuat untuk bersaing. Subjek yang akan digunakan untuk studi ini, yaitu mahasiswa dan mahasiswi di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan karakteristik domisili di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Karakteristik lainnya adalah melakukan pembelian dan mengkonsumsi menu produk McDonald’s Sudirman Kota Yogyakarta lebih dari 2 kali dalam 3 bulan terakhir.

- a) Objek Penelitian: McDonald’s Sudirman Kota Yogyakarta
- b) Variabel Bebas (X): *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
- c) Variabel Terkait (Y): Kepuasan Konsumen
- d) Jumlah Responden: 100 orang
- e) Responden: Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta yang melakukan pembelian dan mengkonsumsi McDonald’s Sudirman Kota Yogyakarta
- f) Waktu penelitian: Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Temuan peneliti tentang “Pengaruh *Store Atmosphere*, Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen McDonald's Sudirman di Daerah Istimewa Yogyakarta” didasarkan pada analisis mereka terhadap data penelitian. Untuk teknik uji sampel penelitian ini, ratusan peserta mengisi kuesioner. Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta yang baru saja melakukan pembelian produk McDonald's Sudirman menjadi responden survei ini. Berikut ini adalah temuan tim studi:

##### 5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Dijelaskan karakteristik responden penelitian ini, antara lain jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran bulanan, dan frekuensi pembelian selama enam bulan terakhir. Konsekuensinya, berikut adalah temuan analisis deskriptif tentang sifat-sifat responden dengan persentase tertinggi:

Responden yang melakukan pembelian McDonald's Sudirman di Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagian besar dan didominasi oleh responden yang termasuk ke dalam kategori Perempuan dengan perolehan angka sebanyak 52 responden (51,5%).

- a. Dengan skor 78 responden (77,2%), responden pada kelompok usia 17–25 merupakan mayoritas yang membeli McDonald's Sudirman di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Dengan skor 64 responden (63,4%), responden yang masuk dalam kategori Pelajar/Mahasiswa dan membeli McDonald's Sudirman di Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi responden terbanyak dan terbanyak.

- c. Dengan skor 41 responden (40,6%), responden yang membeli McDonald's Sudirman di Daerah Istimewa Yogyakarta didominasi oleh pengeluaran sebesar Rp. 1.500.000–Rp. 3.000.000 dalam satu bulan.
- d. Responden yang membeli McDonald's Sudirman di Daerah Istimewa Yogyakarta, mayoritas responden melakukan survei lebih dari dua kali sehari selama enam bulan sebelumnya; ini berjumlah sekitar 36 responden (35,6%).

### 5.1.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Sebagaimana ditunjukkan oleh hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- e. Di McDonald's Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta, suasana toko memiliki pengaruh yang sebanding dan cukup besar terhadap kepuasan pelanggan. dengan demikian dihipotesiskan bahwa lingkungan toko mempengaruhi seberapa puas pelanggan.
- f. Di McDonald's Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta, pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebanding dan cukup besar. untuk melihat bagaimana hipotesis layanan mempengaruhi umpan balik dari pelanggan.
- g. Di McDonald's Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta, kualitas produk memiliki pengaruh yang proporsional dan cukup besar terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, diakui bahwa kualitas produk mempengaruhi kebahagiaan konsumen.

### 5.1.3 Hasil Analisis Uji t

Berdasarkan hasil analisis Uji t dalam program SPSS 23 ada kesimpulan bahwa *variable independent (store atmosphere)* sebesar  $0.06 > 0.05$  yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh

positif terhadap *variable* dependen kepuasan konsumen McDonald's Sudirman Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### 5.1.4 Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian ini dibatasi oleh ketentuan konsumen melakukan pembelian produk McDonald's Sudirman yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehingga penelitian ini belum tentu memperoleh kesamaan dengan wilayah lain.
- b. Variabel yang terdapat dalam penelitian ini masih Sebagian kecil dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dan masih banyak lagi *variable* lain yang bisa digunakan.

### 5.2 Saran

#### 5.2.2 Bagi Perusahaan

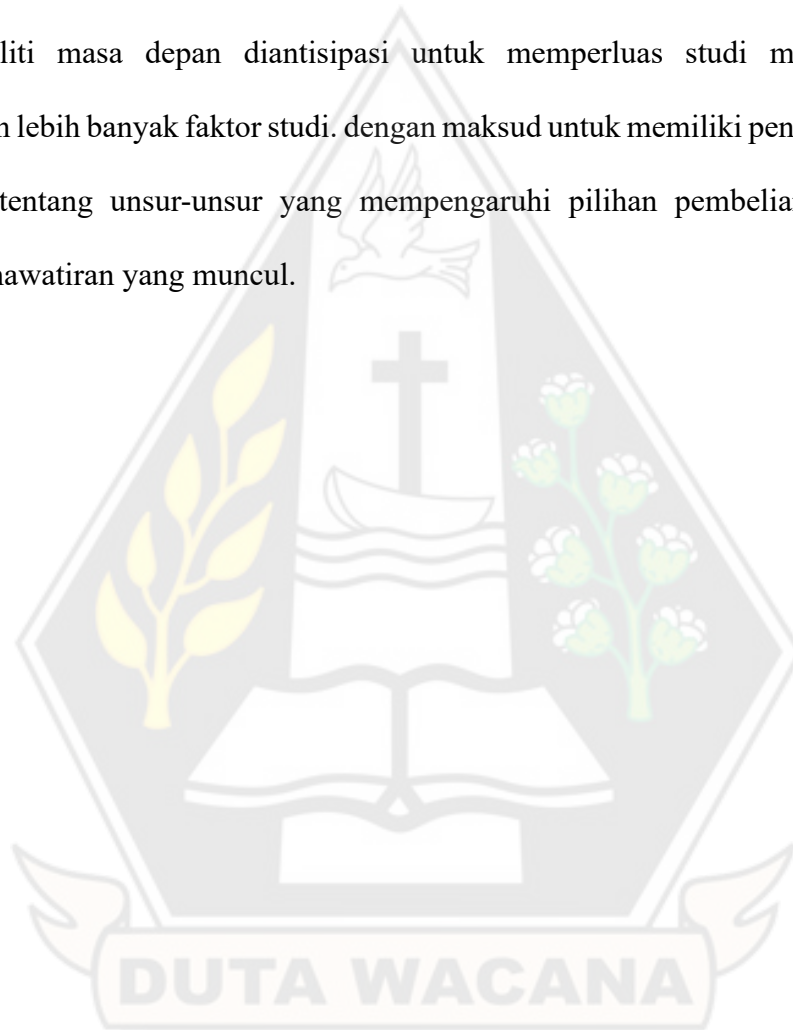
Sebagai hasil dari penelitian “Pengaruh *Store Atmosphere*, Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen McDonal's Sudirman di Daerah Istimewa Yogyakarta”, peneliti menyarankan hal-hal berikut untuk perusahaan:

- a. Diharapkan McDonald's Corporation terus berdedikasi dan gigih dalam menerapkan dan meningkatkan *store atmosphere* dengan tetap memperhatikan komponen fisik (suasana toko) toko yang dapat mempengaruhi konsumen baik secara emosional maupun persepsi terhadap citra toko yang pada gilirannya dapat merangsang minat beli di kalangan konsumen di McDonald's.
- b. Dengan hasil penelitian, McDonald's Corporation diharapkan untuk terus meningkatkan dan mempertahankan pelayanannya untuk membuat pelanggan lebih terkesan dan membuat keputusan mereka untuk membeli product lebih baik.

- a. Berdasarkan temuan penelitian, kepuasan pelanggan McDonald's di McDonald's Sudirman di Daerah Istimewa Yogyakarta juga dipengaruhi oleh kualitas produk. Dengan demikian, McDonald's Corporation diharapkan dapat mempertahankan kualitas product yang sedang berlaku dan kebutuhan dipasaran.

### **5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti masa depan diantisipasi untuk memperluas studi mereka dengan memasukkan lebih banyak faktor studi. dengan maksud untuk memiliki pengetahuan yang lebih rinci tentang unsur-unsur yang mempengaruhi pilihan pembelian sehubungan dengan kekhawatiran yang muncul.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arrohman, Arief. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Fan Elektrik Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada CV. Cahaya Elektronik dan Furniture, Sukabumi, Bandar Lampung)*. Skripsi, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).
- Berman dan Evans (2014:545) Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dakken Coffee & Steak Bandung. *e-proceeding of management*
- Berman dan Evans dialihbahasakan oleh Lina Salin (2014). "Pengertian Store Atmosphere Menurut Para Ahli. (Online)", <http://repository.uinsu.ac.id/>
- Berman, B., & Evans, J. R. (2014). *Retail Management: a strategic approach (12th ed)*. Upper Saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Bowen, J. T., & Chen, S. L. (2001). "The relationship between customer loyalty and customer satisfaction". *International journal of contemporary hospitality management*.
- Damayanti, Cintya. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk "Supermi" di Kecamatan Genuk Semarang)*. Skripsi, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015).
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Dr. Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*

- Update PLS Regresi*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Iman. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk*”, *Jurnal EMBA*, 63 IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, M. A., Neal, A., & Parker, S. K. (2007). “A new model of work role performance: Positive behavior in uncertain and interdependent contexts”. *Academy of management journal*, 50(2), 327-347.
- Hal 3
- Hartini, S., & Hartati, L. (2017). “Analisis Preferensi Masyarakat terhadap Restoran Cepat Saji di Kota Bogor”. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 3(1), 16-28.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. 11th edition*. McGraw-Hill, Irwin
- Hidayat, Rachmad. 2009. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan pada Jurusan Teknik Industri*, Universitas Trunojoyo Madura.
- Iqbal, M., Siti Astuti, E., Trialih, R., Arifin, Z., & Alief Aprilian, Y. (2020). *The influences of information technology resources on Knowledge Management Capabilities: Organizational culture as mediator variable*. *Human Systems Management*, 39(2), 129-139.
- Kotler dan Armstrong, G 2012. *Principles Of Marketing. 14th Edition Pearson International Edition*. Prentice Hall. New Jersey



- Kotler, dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114-116.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Best of breed: When it comes to gaining a market edge while supporting a social cause, "corporate social marketing" leads the pack*. *Social marketing quarterly*, 11(3-4), 91-103.
- Kusdiantoro, Anang. 2015. "Analisis Pengaruh *Store atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Di Warung Lesehan Bu Nanik Sambi Kediri Tahun 2015". Skripsi (tidak diterbitkan). Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Kusumawathi, N. W. G., Darmawan, D. P., & SURYAWARDANI, I. (2019). "Pengaruh *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Seniman Coffee Studio". *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 8(1), 1-10.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). *Social marketing: Behavior change for social good*. Sage Publications.
- M.Ma'ruf Amin (2014:204). "Uraian Teoritis.,Manajemen Pemasaran", <https://pustaka.pancabudi.ac.id>
- Mufidah, N. L. (2012). "Pola konsumsi masyarakat perkotaan: studi deskriptif pemanfaatan foodcourt oleh keluarga". *Jurnal Biokultur*, 2, 157-178.
- Nailatie Ma'Arif, Nelly. 2008. *The Power Of Marketing*. Jakarta: Selemba Empat.
- Nuraini, D., Wajdi, M. F., & Wahyuddin, M. (2017). Pengaruh fleksibilitas kerja dan spesialisasi pekerjaan terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai

- variabel mediating pada pt. daya manunggal salatiga (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2011. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Buku 2, ed. 9*, Alih Bahasa: Damos Sihombing, (2014), Erlangga, Jakarta.
- Prasetyo, A., Fadhilah, M., & Cahyani, P. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada mahasiswa konsumen produk dazzle di universitas sarjanawiyata tamansiswa yogyakarta). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(4), 730-740.
- Priyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Taman Sidoarjo: Zifatama.
- Purwanti, A dan Wahdiniwaty, R. 2017. *Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children DiBandung*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Riva Fergian dan Amarul. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang*. *Jurnal Sains Manajemen* Vol. 2 No.2 Juni 2016.
- Robinette. 2001. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.
- Sangadja, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Schiffman, Leon G. dan Joseph L. Wisenblit (2015), *Consumer Behavior*; Edisi ke-11, Global, Edition, USA: Pearson.
- Sentiana, S. S. (2018). “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Widya Cipta: *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 247-254.
- Situmorang, S. H., & Lutfi, M. (2015). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan*. Medan: USU Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT

- Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :  
Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT  
Alfabet
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta:  
Pustakabarupress.
- Suwarni., & Mayasari. (2011). “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas melalui  
kepuasan konsumen”. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 29(1), 114–128.
- Tjiptono, F. (2011). *Brand registration and usage in selected FMCG markets in Indonesia  
1914 to 2007: a study of brands and branding in a transitional economy* (Doctoral  
dissertation, UNSW Sydney).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, *Strategy Manajemen*, Andi, Jakarta, 2008.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa.Prinsip,Penerapan dan Penelitian*.Yogyakarta  
:CV. Andi
- Uddin, M. B. (2019). “Customer loyalty in the fastfood restaurants of Bangladesh”.  
*British Food Journal*.
- Wood, M. B. (2009). *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran, Edisi Ketiga*.  
(*Terjemahan Benyamin Molan*). Jakarta: PT. Indeks. (Edisi asli diterbitkan tahun  
2008 oleh Pearson Education Inc. New Jersey Upper Saddle River).
- Zeithaml dan Bitner, M. J. 2013. *Service Marketing, Sixth Edition*. Mc Graw Hill America