

## ANALISIS PELAYANAN, SUASANA, DAN VARIASI MENU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE FAMELIZA BARON NGANJUK

Intan Nadhifatul Jamilah  
Universitas Nusantara PGRI Kediri  
[Intannadhifatul03@gmail.com](mailto:Intannadhifatul03@gmail.com)

Informasi artikel :

Tanggal Masuk: 7 Juli 2022    Tanggal Revisi: 10 Agustus 2022    Tanggal diterima: 10 September 2022

### Abstract

*This study to determine the level of purchasing decisions by analyzing the factors that influence the level of purchasing decisions including service, cafe atmosphere, and variations in the menu cafe fameliza baron nganjuk. this research method using quantitative methods, with data collection techniques through observation, interviews, and distributing questionnaires. Sampling and research using non-probabability sampling. The population in this study were all customers cafe fameliza baron nganjuk, the number of which was not limited or unknown. The sample used is 40 respondents by using purpososive sampling technique. data collection technique used questionnaire which was then analyzed using SPSS software for windows version 25. The analysis used in this study was validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, coefficient of determination (R<sup>2</sup>), T test, F test. The results of study indicate that service factors, cafe atmosphere, and menu variations significantly influence purchasing decisions Cafe Fameliza Baron Nganjuk.*

**Keywords:** service, Atmosphere, menu variations, purchasing decisions

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian dengan menganalisis faktor yang mempengaruhi tingkat keputusan pembelian diantaranya pelayanan, suasana cafe, dan variasi menu cafe fameliza baron nganjuk. Dalam metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Pengambilan sampel dan penelitian ini menggunakan non probabability sampling. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan cafe fameliza baron nganjuk, yang jumlahnya tidak terbatas atau tidak diketahui. sampel yang digunakan berjumlah 40 responden dengan menggunakan teknik purpososive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan software SPSS for windows versi 25. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), uji T, Uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara signifikan faktor pelayanan, suasana cafe, dan variasi menu yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Cafe Fameliza Baron Nganjuk.*

**Keywords:** pelayanan, suasana , variasi menu, keputusan pembelian

### PENDAHULUAN

Munculnya banyak cafe di era globalisasi ini dibuktikan dengan semakin banyaknya kafe di Nganjuk. Saat ini semakin banyak pembuat kafe yang merespon kebutuhan dan keinginan konsumen. Saat ini kafe modern semakin berkembang dan dapat dengan mudah ditemukan di berbagai kota di Indonesia khususnya di Nganjuk. Dalam situasi seperti ini, kafe-kafe semakin populer terutama di kalangan anak muda. Saya di sini. Proses keputusan pembelian pada dasarnya sama untuk semua orang, tetapi proses keputusan dibentuk oleh ciri-ciri kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidup. Ada perbedaan. Penelitian sebelumnya oleh (1) menemukan bahwa keputusan yang lebih kompleks mungkin memerlukan lebih banyak keterlibatan dan kebebasan pembeli. (2), jasa adalah suatu tindakan atau kegiatan yang diberikan oleh satu orang kepada orang lain yang sifatnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Konsumen memutuskan apakah suatu layanan baik atau buruk. Konsumen menilai layanan ini dengan membandingkan apa yang mereka terima. Konsumen menjadi semakin kritis. Selain itu, suasana juga sangat penting. Suasana toko adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan bau yang membentuk pelanggan dan mempengaruhi mereka untuk membeli produk

(3) Suasana kedai kopi merupakan salah satu faktor yang menopang bisnis kedai kopi, dan konsumen merasa berbeda di setiap kedai kopi yang mereka kunjungi. Suasana kafe dibuat dengan interior dan suara musik. Pencahayaan yang berbeda pada akhirnya dapat menciptakan kenyamanan atau kekecewaan yang dirasa konsumen. Di sisi lain, persepsi konsumen tentang pilihan menu membentuk preferensi dan sikap serta mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. (4) pembaruan menu inovatif digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan penjualan. Pangsa pasar dan keuntungan akan terus bertambah jika perusahaan dapat mempertahankan minat konsumen dalam mengonsumsi makanan yang disediakan oleh kafe. Hal ini dikuatkan oleh jurnal penelitian sebelumnya, dan temuan penelitian ini mengatkan penelitian oleh (5) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Otw Coffee Shop Kediri. Selain itu, survei yang dilakukan oleh (6) menemukan bahwa pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian di Salwa House Cafe berpengaruh signifikan terhadap store atmosphere dan pengambilan keputusan di Salwa House Cafe. (7) menyimpulkan bahwa pengaruh variasi menu terhadap keputusan pembelian di restoran bijn menunjukkan pengaruh yang signifikan antara store atmosphere dan keputusan.

## METODE

Metode ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Tempat penelitian ini dilakukan di Cafe Fameliza Baron Nganjuk yang berlokasi di Dusun Sumurpandan RT 03 RW 08 Kuniran Jekek Kecamatan Baron Kabupaten Nganjuk Kode Pos 64394. Adapun waktu penelitian dilakukan selama 5 bulan dari bulan maret sampai bulan juli. Subjek penelitian ini adalah cafe fameliza baron nganjuk dan sedangkan objek penelitian ini bersumber dari pelanggan cafe fameliza baron.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

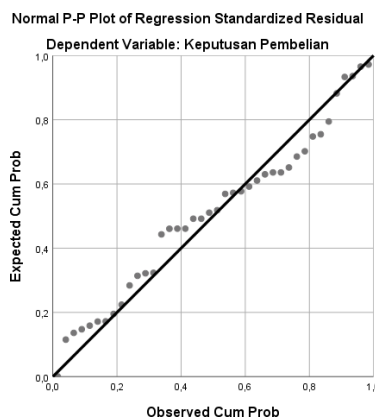
### a. Teknik Analisis Data

#### 1) Uji asumsi klasik

##### a) Uji Normalitas

Asumsi residual memiliki distribusi normal bisa dilihat pada normal probability plot. Jika titik-titik pada normal probability plot menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Gambar 1



Berdasarkan gambar di atas berdistribusi terlihat normal. Hal ini dapat ditunjukkan dengan titik-titik yang menyebar mengikuti garis diagonal dan berada disekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan residual berdistribusi tersebut normal.

b) Uji Multikolinieritas

Tabel 2  
Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pelayanan	,503	1,986
	Suasana	,299	3,346
	Variasi Menu	,352	2,842

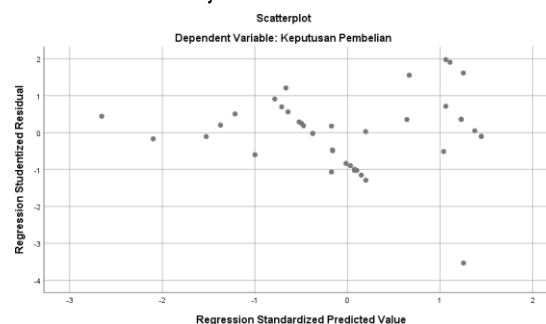
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber premier SPSS 2022

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa variabel pelayanan, suasana, dan variasi menu mempunyai nilai Tolerance berjumlah 0,503 ; 0,299 ; 0,352 lebih besar dari 0,10 dan Dengan melihat Nilai VIF (Varian Inflation Factor) diketahui sebesar 1,986 ; 3,346 ; 2,842 tidak memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, serta nilai tolerance yang kurang dari 0.10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Multikolinieritas

c) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3  
Uji heteroskedastisitas



Sumber premier SPSS 2022

Berdasarkan gambar di atas yang ditunjukkan oleh grafik scatterplot di atas diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola serta berada di atas nol dan di bawah nol, sehingga hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadinya heteroskedastisitas.

d) Uji asumsi autokorelasi

Tabel 4

Model Summary <sup>a</sup>		
Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1.638	1.907

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber premier SPSS 2022

Hasil output di atas diketahui nilai DW 1,907, diketahui jumlah data N=40 dan jumlah variabel independen 3. Nilai DW 1,907 ini lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,6589 dan nilai DW sebesar 1,907 tersebut kurang dari  $(4 - du) = 4 - 1,6589 = 2,3411$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa bebas autokorelasi.

e) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.906 <sup>a</sup>	.821	.806	1.638

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber premier SPSS 2022

Pada tabel di atas bahwa R memperoleh nilai korelasi sebesar  $R=0,906$  korelasi atau hubungan antara variabel pelayanan, suasana, dan variasi menu mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada cafe fameliza barn nganjuk. Kemudian nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar  $= 0,821$  yang artinya sebesar 82,1% pengaruh keputusan pembelian pada Cafe Fameliza Baron dipengaruhi oleh variabel pelayanan, suasana cafe, dan variasi menu.

## 2) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,423	1,764		1,373	,178
	Pelayanan	,162	,046	,350	3,517	,001
	Suasana	,240	,082	,378	2,928	,006
	Variasi Menu	,284	,120	,281	2,362	,024

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber premier SPSS 2022

Berdasarkan hasil, maka bisa didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,423 + 0,162X_1 + 0,240X_2 + 0,284X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Variabel Keputusan Pembelian
- X1 : Variabel Pelayanan
- X2 : Variabel Suasana
- X3 : Variabel Variasi Menu
- b0 : Nilai konstanta
- b1, b2, b3 : Nilai koefisien regresi
- e : Standart Error

Regresi linier berganda yang diperoleh dari hasil uji analisis mempunyai makna sebagai berikut:

- a. Konstanta = 2,423

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 2,423 menunjukkan bahwa bila variabel Pelayanan, Suasana dan Variasi Menu ditingkatkan akan memberikan nilai 0,001 maka tingkat keputusan pembelian di cafe fameliza yang dihasilkan sebesar 2,423.

- b. Koefisien X1 = + 0,162

Menyatakan bahwa apabila variabel Pelayanan naik 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian di cafe fameliza sebesar 0,162 dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian cafe fameliza barn nganjuk. karena nilai signifikan  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

- c. Koefisien X2 = + 0,240

Menyatakan bahwa apabila variabel Suasana naik 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian di Cafe Fameliza sebesar 0,240 dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa suasana cafe dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Cafe Fameliza Baron Nganjuk. karena nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara suasana cafe (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

- d. Koefisien X3 = + 0,284

Menyatakan bahwa apabila variabel variasi menu naik satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian di Cafe Fameliza sebesar 0,284 dengan hal ini dapat

disimpulkan bahwa pelayanan dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian cafe fameliza baron nganjuk, karena nilai signifikansi  $< 0.05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Variasi Menu (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui yaitu variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel variasi menu yang memiliki nilai koefisien B (beta) paling besar yaitu sebesar 0,284.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian adalah "Diterima". Pengujian pengaruh antara Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0.162 dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Mengingat koefisien bertanda positif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya positif. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan (8) mengulas tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada otw coffee shop kota Kediri (studi kasus mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri yang menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Otw Coffee Shop Kediri.

### B. Pengaruh Suasana Terhadap Keputusan Pembelian

Suasana berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian adalah "Diterima". Pengujian pengaruh antara Suasana (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0.240 dengan nilai signifikansi sebesar 0.006, terdapat pengaruh yang signifikan antara Suasana (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Mengingat koefisien bertanda positif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya positif. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh mengulas tentang Pengaruh Store Atmosphere Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kafe Salwa House Sirojudin Semarang) yang menyimpulkan Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian di Kafe Salwa House menunjukkan ada pengaruh signifikan antara store atmosphere dan keputusan di Kafe Salwa House.

### C. Pengaruh Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian

Variasi Menu berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian adalah "Diterima". Pengujian pengaruh antara Variasi Menu (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0.284 dengan nilai signifikansi sebesar 0.024, terdapat pengaruh yang signifikan antara Variasi Menu (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang berjudul mengulas tentang Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere Dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Restoran Bijing Plaza Senyan) yang menyimpulkan Pengaruh Variasi menu terhadap keputusan pembelian di restoran bijing nabe menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara store atmosphere dan keputusan.

### D. Pengaruh pelayanan, Suasana, dan variasi menu Terhadap Keputusan Pembelian

Layanan, suasana, dan variasi menu semuanya memengaruhi keputusan pembelian 'terima' pada saat yang bersamaan. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 54,929 ( $\alpha < 0.05$ ). Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X1), suasana (X2), dan variasi menu (X3) memiliki pengaruh yang besar secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian yang dilakukan oleh menunjukkan bahwa pelayanan, suasana dan variasi menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### E. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial menggunakan uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pelayanan, suasana, dan variasi menu secara individual terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7  
Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,423	1,764		1,373	,178
	Pelayanan	,162	,046	,350	3,517	,001
	Suasana Cafe	,240	,082	,378	2,928	,006
	Variasi Menu	,284	,120	,281	2,362	,024

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas hasil output, maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

### Hipotesis 1.

Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian adalah diterima Pengujian pengaruh antara Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0.162 dengan nilai signifikansi sebesar 0.001, karena nilai signifikansi < 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). semakin dipersepsikan tinggi Pelayanan (X1) oleh responden akan mengakibatkan semakin tinggi pula Keputusan Pembelian (Y), begitu juga sebaliknya.

### Hipotesis 2.

Suasana berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian adalah diterima. Pengujian pengaruh antara Suasana (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0.240 dengan nilai signifikansi sebesar 0.006, karena nilai signifikansi < 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Suasana (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). semakin dipersepsikan tinggi Suasana (X2) oleh responden akan mengakibatkan semakin tinggi pula Keputusan Pembelian (Y), begitu juga sebaliknya.

### Hipotesis 3.

Variasi Menu berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian adalah "Diterima". Pengujian pengaruh antara Variasi Menu (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0.284 dengan nilai signifikansi sebesar 0.024, karena nilai signifikansi < 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Variasi Menu (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). semakin dipersepsikan tinggi Variasi Menu (X3) oleh responden akan mengakibatkan semakin tinggi pula Keputusan Pembelian (Y), begitu juga sebaliknya.

### Hipotesis 4.

Pelayanan, Suasana, dan Variasi Menu berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian adalah diterima. Berdasarkan hasil Uji T tersebut, didapatkan nilai signifikansi sebesar 1,373 ( $\alpha < 0,05$ ). Dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan (X1), Suasana (X2), dan Variasi Menu (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan hasil Uji t tersebut, seluruh variabel didapatkan nilai signifikansi < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan (X1), Suasana (X2), dan Variasi Menu (X3) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Keputusan pembelian.

## 2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dalam uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent :

Tabel 8  
Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	441,868	3	147,289	54,929	,000 <sup>b</sup>
	Residual	96,532	36	2,681		
	Total	538,400	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Variasi Menu, Pelayanan, Suasana Cafe

Sumber: Data primer diolah, 2022

hasil uji-F pada tabel diperoleh nilai Fhitung= 54,929 > Ftabel atau nilai sig sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. variabel pelayanan, suasana, dan variasi menu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (H4 diterima)

## KESIMPULAN

Terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan, suasana, dan variasi menu terhadap keputusan pembelian pada Cafe Fameliza Baron Nganjuk. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah mengetahui dan merasakan pelayanan, suasana, dan berbagai variasi menu dengan baik sehingga dapat menimbulkan tingkat keputusan pembelian.

## IMPLIKASI

### 1. Implikasi teoritis

Implikasi dari penelitian ini secara teoritis dijadikan acuan bagi para sarjana dalam hal pengetahuan konseptual dan empiris terkait kualitas pelayanan, suasana kafe dan variasi menu. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa layanan, suasana kafe, dan variasi menu memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. setuju dengan teori bahwa kinerja layanan ditentukan oleh pelanggan, dan dengan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

### 2. Implikasi praktis

Konsumen mempunyai keinginan mengunjungi Cafe Fameliza Baron untuk membeli produk atau variasi menu yang ada pada cafe serta bersantai ditempat yang suasananya sangat nyaman untuk bersantai ngobrol Bersama keluarga atau bahkan dengan rekan kerja. Knsumen memperhatikan atau mendapatkan pelayanan dan setiap informasi dari orang lain maupun dirinya sendiri Ketika mereka berkunjung ke Cafe Fameliza dimana mereka akan melakukan pembelian Kembali atau tidak pada Cafe.

Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya memberikan pelayanan yang baik, suasana yang nyaman serta menyediakan berbagai variasi menu agar dapat meningkatkan keputusan pembelian di Cafe Fameliza Baron Nganjuk.

## SARAN

Dari hasil penelitian, pembahsasan, dan kesimpulan, terdapat saran sbg berikut

### 1. Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini variabel pelayanan, suasana, dan variasi menu di ketahui memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada cafe fameliza. ada variabel yang paling menonjol adalah variasi menu. Dengan menambah varian menu yang dikontrol kebersihan secara menyeluruh, rasa setiap ,kanan yng disjikan tetap dan tidak berubah ubah diharapkan peningkatan kualitas ini dapat meningkatkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yang lebih tinggi di Cafe Fameliza Baron Nganjuk.

### 2. Bagi peneliti selanjtnya

penelitian ini dapat jadi referensi maupun dijadikan penelitian lanjutan terkhususnya dibidang kajian yang sama. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa memperluas variabel penelitian sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] B. dan E. (2014) Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dakken Coffee & Steak Bandung. e-proceeding manajemen
- [2] Agung, M.S. (2017 (no date) 'Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kafe Salwa House Sirojudin Tembalang Undip Semarang).'
- [3] Andriani, D. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Resto Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café and Resto Sugar Rush Di Bontang', *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), p. 26. Available at: <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.2952>.
- [4] Ansari (2015) 'Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung', *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3), pp. 227–242.
- [5] Atmosphere, P.S. et al. (2016) 'Agung Meiyanto S', pp. 1–16.
- [6] Kotler, P. 2014. (no date) 'ManajemenPemasaran,.Edisi 13. Jilid 1. Prenhalindo.Jakarta.'
- [7] Nggaur, D.A. (2018) 'Pengaruh Harga, Suasana Cafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator', *Journal of administration bussiness*, 53(9), pp. 1689–1699.
- [8] Suryoko, S. (2017) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian', *Diponegoro Journal Of Social And Political Science*, 1(1), pp. 1–8.