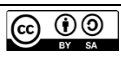


Atmosphere Store Sebagai Faktor Determinan Dalam Menentukan Kepuasan Pada Konsumen Bakoel Steak And Shake Jambi

Laila Farhat¹, Marnas², A. Wahab Daeng³, Sultan Wahyu Brahmantiyo.⁴

1,2,3,4, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi

Email: lailafarhat241@gmail.com

<p>Received: Januari 05, 2025 Reviewed: Januari 07, 2025; Accepted: Januari 08, 2025; Published: Januari 11, 2025; DOI. https://doi.org/10.61930/melayani</p>	 <p style="font-size: x-small; margin: 0;">Copyright ©2025 by Laila Farhati, et.al. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.</p>
---	---

Abstrak

Pada saat ini, kita dapat menyaksikan minat berwirausaha di kalangan masyarakat telah mengalami peningkatan yang cukup besar. Diantara beberapa industri yang dapat dijalankan untuk kegiatan berwirausaha, industri food and beverages merupakan salah satu industri yang paling banyak diminati oleh pengusaha untuk menjalankan suatu usaha secara mandiri. Pemilihan industri food and beverages sebagai sarana untuk berwirausaha, tentu bukan tanpa alasan. Salah satu alasan yang mendasarinya adalah, makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Selain itu, industri ini juga dikenal sangat mudah beradaptasi dengan berbagai perubahan tren di kalangan masyarakat, sehingga sangat mudah untuk mengikuti selera pasar, serta bidang usaha ini lebih mudah untuk dijalankan dibandingkan dengan bidang usaha lainnya. Hal ini merupakan beberapa alasan yang mendasari terjadinya perkembangan yang cukup pesat dalam industri food and beverages di kalangan masyarakat. Pada masa kini, sebagian besar Kafe sudah mengalami pergeseran tren dalam menjalankan usahanya, dari semula hanya menyajikan menu biasa, kini beralih menjadi menyajikan menu-menu yang dipadukan dengan berbagai macam makanan dan minuman ringan lainnya. Bahkan, beberapa Kafe juga telah mengalami pergeseran paradigma dengan membuka sebuah Kafe yang cukup luas dan tidak hanya menonjolkan kesan restoran, tetapi juga kenyamanan untuk mengutamakan experience dari seluruh pengunjung yang datang ke kedai mereka seperti halnya di Kafe Bakoel Steak and Shake Jambi. Makanan yang enak yang dipadukan dengan suasana kafe yang nyaman tentu akan membuat pengunjung merasa puas. Sudah bukan merupakan sebuah rahasia umum, jika kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang terpenting bagi sebuah bisnis di era kompetitif seperti Bakoel Steak and Shake Jambi, kualitas makanan maupun minuman serta lingkungan fisik dan suasana kafe (atmosfer store) merupakan dua faktor utama yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan Pemaksimalan Store Atmosphere ini maka di harapkan keberlangsungan suatu usaha dalam hal ini Kafe dalam terus bertahan dan berjalan dengan optimal.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Kepuasan Konsumen, Kafe Bakoel Steak and Shake Jambi*

Abstract

At this time, we can see that the interest in entrepreneurship among the community has experienced a significant increase. Among several industries that can be run for entrepreneurial activities, the food and beverage industry is one of the industries that is most in demand by entrepreneurs to run a business independently. The choice of the food and beverage industry as a means of entrepreneurship is certainly not without reason. One of the underlying reasons is

that food and beverages are basic needs of the community. In addition, this industry is also known to be very adaptable to various changes in trends among the community, so it is very easy to follow market tastes, and this business sector is easier to run compared to other business sectors. These are some of the reasons underlying the fairly rapid development in the food and beverage industry among the community. At present, most cafes have experienced a shift in trends in running their businesses, from initially only serving regular menus, now switching to serving menus that are combined with various other foods and soft drinks. In fact, some cafes have also experienced a paradigm shift by opening a fairly large cafe and not only highlighting the impression of a restaurant, but also the comfort of prioritizing the experience of all visitors who come to their shop, as in the Bakoel Steak and Shake Jambi Cafe. Delicious food combined with a comfortable cafe atmosphere will certainly make visitors feel satisfied. It is no longer a public secret that customer satisfaction is one of the most important things for a business in a competitive era such as Bakoel Steak and Shake Jambi, the quality of food and drinks as well as the physical environment and atmosphere of the cafe (store atmosphere) are two main factors that can affect customer satisfaction. By maximizing this Store Atmosphere, it is hoped that the sustainability of a business in this case the Cafe will continue to survive and run optimally.

Keywords: *Store Atmosphere, Consumer Satisfaction, Bakoel Steak and Shake Jambi Cafe*

PENDAHULUAN

Sebagian besar masyarakat, khususnya kalangan muda tentu sudah tidak asing dengan istilah wirausaha. Wirausaha sendiri merupakan salah satu istilah yang menggambarkan upaya dari pelaku usaha untuk memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu produk dengan penuh strategi dan inovasi untuk ditawarkan kepada pasar sasarannya sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi para pemilikinya (Rahma, 2022). Pada saat ini, kita dapat menyaksikan minat berwirausaha di kalangan masyarakat telah mengalami peningkatan yang cukup besar. Diantara beberapa industri yang dapat dijalankan untuk kegiatan berwirausaha, industri *food and beverages* merupakan salah satu industri yang paling banyak diminati oleh pengusaha untuk menjalankan suatu usaha secara mandiri (Rizeki, 2022).

Pemilihan industri *food and beverages* sebagai sarana untuk berwirausaha, tentu bukan tanpa alasan. Salah satu alasan yang mendasarinya adalah, makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Selain itu, industri ini juga dikenal sangat mudah beradaptasi dengan berbagai perubahan tren di kalangan masyarakat, sehingga sangat mudah untuk mengikuti selera pasar, serta bidang usaha ini lebih mudah untuk dijalankan dibandingkan dengan bidang usaha lainnya. Hal ini merupakan beberapa alasan yang mendasari terjadinya perkembangan yang cukup pesat dalam industri *food and beverages* di kalangan masyarakat (Rizeki, 2022).

Diantara banyaknya jenis usaha *food and beverages* di kalangan masyarakat, usaha Kafe dapat dikatakan sebagai salah satu jenis usaha yang populer dalam industri ini. Kita dapat dengan mudah menjumpai Kafe di beberapa tempat yang berdekatan. Hal ini menjadi bukti telah terjadi peningkatan usaha Kafe di tengah masyarakat (Novianti & Ruslim, 2022). Peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap kopi merupakan salah satu hal yang mendasari terjadinya situasi ini.

Pada masa kini, sebagian besar Kafe sudah mengalami pergeseran tren dalam menjalankan usahanya, dari semula hanya menyajikan menu biasa, kini beralih menjadi menyajikan menu -menu yang dipadukan dengan berbagai macam makanan dan minuman ringan lainnya. Bahkan, beberapa Kafe juga telah mengalami pergeseran paradigma dengan membuka sebuah Kafe yang cukup luas dan tidak hanya

menonjolkan kesan restoran, tetapi juga kenyamanan untuk mengutamakan *experience* dari seluruh pengunjung yang datang ke kedai mereka.

Seiring dengan banyaknya pengusaha yang membuka Kafe yang kekinian, maka kualitas makanan yang disajikan merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dan tidak boleh dilupakan oleh pemilik usaha Kafe ketika menjalankan usahanya. Dalam kaitannya dengan restoran maupun kafe, kualitas makanan menjadi salah satu faktor yang paling menentukan kepuasan dari pelanggan yang datang (Namkung & Jang, 2007) serta keberhasilan dari suatu restoran ataupun kafe (Liu & Jang, 2009). Peri (2006) menunjukkan bahwa kualitas makanan merupakan unsur penting yang harus disediakan oleh restoran guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Selain kualitas, suasana Kafe juga merupakan salah satu faktor yang dapat menjadi penentu kepuasan pelanggan. Seperti yang telah kita ketahui bersama, sebagian besar individu yang mengunjungi kafe, bersedia menghabiskan anggaran mereka hanya untuk menikmati makanan pada kafe, dengan menyelesaikan beragam pekerjaan yang mereka miliki, seperti: Belajar, bekerja, dan bermain (Fisher, Landry, & Naumer, 2007). Dari hal ini, kita dapat melihat bahwa kenyamanan suatu kafe akan memiliki pengaruh yang cukup besar bagi pelanggan yang datang ke dalam gerai kopi tersebut.

Berbicara mengenai kenyamanan suasana pada suatu Kafe, hal ini tentu tidak terlepas dengan lingkungan fisik yang ada pada suatu gerai kopi tersebut. Lingkungan fisik sendiri merupakan seluruh hal yang berada di sekitar kafe, baik di dalam maupun di luar kafe yang terdiri atas elemen berwujud maupun tidak berwujud. Menurut Canny (2014), lingkungan fisik merupakan salah satu elemen pemasaran terpenting karena dapat menjadi faktor pembeda yang khas antara satu kafe dengan kafe lainnya sehingga dapat membangun pengalaman yang luar biasa dan tidak terlupakan bagi suatu pelanggan. Suatu lingkungan fisik, memiliki keterkaitan dengan atmosfer pada suatu kafe (Purnomo, 2017). Menurut Agusta (2013), *café atmosphere* sendiri terbagi ke dalam 4 (empat) elemen, seperti: Variabel eksterior dan interior, tata letak toko, serta *interior point of purchase*.

Makanan yang enak yang dipadukan dengan suasana kafe yang nyaman tentu akan membuat pengunjung merasa puas. Sudah bukan merupakan sebuah rahasia umum, jika kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang terpenting bagi sebuah bisnis di era kompetitif seperti halnya dalam Kafe. Kepuasan pelanggan pada suatu kafe, pada dasarnya dapat memengaruhi kepercayaan mereka terhadap sebuah kafe (Hanaysha & Hilman, 2015) dan perilaku pembelian mereka terhadap kafe tersebut (Clemes et al., 2008). Beberapa hal sebenarnya dapat kita jadikan sebuah indikator yang mengindikasikan kepuasan pelanggan pada suatu restoran, dalam hal ini adalah sebuah Kafe. Seperti yang dikatakan oleh Rahman dkk (2012) yang menunjukkan bahwa jika pelanggan merasa bahagia, senang, gembira, lega, maupun nyaman, hal itu mengindikasikan pelanggan merasa puas.

Mitra PKM ini adalah Bakoel Steak and Shake merupakan sebuah Kafe yang didirikan pada 9 September 2023 dan berlokasi di Jl. Slamet Riyadi Kel. Broni Jambi ini menyediakan berbagai macam Steak, makanan, minuman non kopi, seperti: Air mineral, berbagai jenis teh, serta berbagai macam minuman ringan lainnya. Selain minuman, mereka juga menyediakan berbagai macam makanan ringan yang dapat dinikmati oleh pelanggan yang datang ke kedai mereka, seperti: Roti panggang, mie instant, dan makanan ringan lainnya. Kafe ini pada dasarnya memiliki harga menu

yang cukup terjangkau yang menasar kalangan menengah. Mereka juga memiliki ruangan dan interior yang cukup nyaman bagi para pengunjungnya.

Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, kita dapat mengetahui bahwa kualitas makanan maupun minuman serta lingkungan fisik (atmosfer) merupakan dua faktor utama yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan ketika mengunjungi kafe yang kita miliki. Beberapa penelitian telah melakukan kajian terhadap kedua hal ini dan menemukan hal yang serupa. Peneliti telah membuktikan bahwa kualitas makanan dari suatu restoran atau kafe memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Canny, 2014; Namkung & Jang, 2007; Nasir et al., 2014). Gagiy dkk. (2013) dari penelitiannya menemukan bahwa kualitas makanan merupakan suatu indikator terpenting terhadap kepuasan pelanggan dan niat berperilaku dalam suatu restoran. Sementara itu, berkaitan dengan atmosfer suatu kafe, Han dan Jeong (2013) telah meneliti pelanggan restoran Amerika kelas atas dan menemukan pengaruh positif suasana terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENGABDIAN

Kegiatan PKM ini dilakukan dengan 3 (tiga) langkah yaitu: Persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, Tim PKM melakukan penyusunan materi penyuluhan yang akan disampaikan kepada mitra dengan menggunakan jurnal yang sesuai dengan topik terkait. Tim PKM juga melakukan koordinasi kepada pihak Bakoel Steak and Shake Kafe, baik itu pemilik maupun karyawan. Pada tahap ini, ditentukan pihak-pihak yang akan terlibat dalam penyuluhan ini, mendiskusikan topik yang akan dijadikan pembahasan dalam pelaksanaan penyuluhan, serta menentukan jadwal pemberian penyuluhan kepada Bakoel Steak and Shake Kafe. Tahap persiapan dilakukan secara *online* dan *offline* dengan menghubungi pihak Bakoel Steak and Shake Kafe sebagai mitra PKM ini. Hasil dari tahap persiapan adalah, terciptanya materi penyuluhan dan kesepakatan mengenai topik pembahasan, jadwal penyuluhan, serta personalia yang akan terlibat di dalam kegiatan penyuluhan ini.

Pada tahap pelaksanaan, Tim PKM bersama dengan pihak mitra melakukan penyuluhan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati sebelumnya oleh kedua belah pihak. Kegiatan PKM ini rencana akan dilaksanakan pada tanggal 09 Januari 2025 pukul +/- 09:30 -12:00 WIB. Kegiatan dilaksanakan secara *luring* yang berlangsung selama 90 menit di tempat usaha mitra PKM. Kegiatan penyuluhan diawali dengan pembukaan, pembukaan dilaksanakan dengan melakukan pengenalan terhadap anggota Tim PKM STIE Jambi yang terlibat kepada pihak mitra, dan penjelasan singkat mengenai topik yang telah disusun kepada seluruh pihak yang terlibat. Kemudian, kegiatan dilanjutkan dengan memberikan penyuluhan selama kurang lebih 75 menit mengenai: Atmosfer Store Kafe, serta kepuasan konsumen. Setelah memberikan penyuluhan sesuai dengan materi yang telah disusun, Tim PKM selanjutnya melakukan evaluasi kepada pihak mitra terhadap topik yang disampaikan. Sesi evaluasi dilakukan dengan berdiskusi (tanya-jawab) kepada pihak mitra, dan memberikan saran-saran yang relevan bagi keberlangsungan Bakoel Steak and Shake Kafe di masa mendatang. Proses evaluasi berlangsung selama 15 menit. Kegiatan PKM kemudian diakhiri dengan sesi foto bersama antara Tim PKM dengan pihak mitra.

Atmosphere Store Sebagai Faktor Determinan Dalam Menentukan Kepuasan Pada Konsumen Bakoel Steak and Shake Jambi
Laila Farhat, Marnas, A. Wahab Daeng, Sultan Wahyu Brahmantiyo





Gambar 1
Foto-Foto Kegiatan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta pengabdian kepada masyarakat berjumlah 6 (Enam) orang yang terdiri dari pemilik Bakoel Steak and Shake Kafe, dan tenaga pekerjanya serta anggota peserta PKM. Sebelum mulai kegiatan Tim PKM terlebih dahulu diskusi kecil mengenai tehnik pelaksanaan serta mendistribusikan snack box bagi para peserta dan juga diberikan kepada peserta satu set ATK (Alat Tulis Kantor) dan hardcopy materi untuk lebih memaksimalkan penyuluhan mengenai materi yang akan di berikan.

Hasil kegiatan pengabdian secara garis besar mencakup beberapa komponen sebagai berikut:

1. Pengetahuan Tentang Store Atmosphere.
2. Elemen Store Atmosphere.
3. Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen.

Uraian materi tersebut yaitu

1. Pengetahuan Tentang Store Atmosphere.

Atmosfer Toko Merupakan Penataan Lingkungan Toko Yang Dirancang Dengan Tujuan Membuat Pelanggan Merasa Nyaman Dalam Berbelanja Pada Kafe Tersebut. Suasana Atau Atmosfer Dalam Kafe Merupakan Salah Satu Dari Berbagai Unsur Dalam Kafe Yang Tertata Rapih Dan Menarik Akan Lebih Mengundang Pembeli Dibandingkan Kafe Yang Di Atur Biasa Saja. Ada Dua Macam Pelaku Berbelanja Yang Menjadi Titik Perhatian pemilik Kafe Dalam Rangka menyiapkan Suasana Dalam Gerai Yang Di Sesuaikan.

1. Kelompok Orang Yang Berorientasi "Belanja Adalah Belanja".
2. Kelompok Orang-Orang Yang Berorientasi "Rekreasi".

Desain toko (store design) merupakan strategi penting untuk menciptakan suasana yang akan membuat pelanggan merasa betah berada dalam suatu kafe atau gerai. Pada intinya desain kafe bertujuan memenuhi syarat fungsional sambil menyediakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan sehingga mendukung terjadinya transaksi

- a) Desain kafe mencakup desain di lingkungan kafe, yaitu mencakup desain eksterior, lay-out dan suasana.
- b) Desain kafe yang tepat akan membantu tercapainya sasaran komunikasi visual

2. Elemen Store Atmosphere.

Elemen Store Atmosphere ini meliputi: bagian luar toko (exterior), bagian dalam toko (interior), tata letak ruangan (store layout) dan Interior Point of Purchase akan dijelaskan lebih lanjut di bawah ini :

1) Exterior (bagian luar toko)

Karakteristik exterior mempunyai pengaruh yang kuat pada citra toko tersebut, sehingga harus direncanakan dengan sebaik mungkin. Kombinasi dari exterior ini dapat membuat bagian luar toko menjadi terlihat unik, menarik, menonjol dan mengundang orang untuk masuk kedalam toko.

2) General Interior (bagian dalam toko)

Yang paling utama yang dapat membuat Penjualan setelah pembeli berada di toko adalah display. Desain interior dari suatu toko harus dirancang untuk memaksimalkan visual merchandising. Display yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa, dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian. Ada banyak hal yang akan mempengaruhi persepsi konsumen pada toko.

3) Layout Ruangan (Tata Letak)

Pengelola cafe harus mempunyai rencana dalam penentuan lokasi dan fasilitas toko. Pengelola cafe juga harus memanfaatkan ruangan café yang ada seefektif mungkin

Dengan pemberian materi yang di sampaikan oleh tim PKM terlihat pemilik kafe dan karyawan yang hadir sangat antusias dan terjadi diskusi yang aktif selama PKM di laksanakan.

SIMPULAN

Seiring dengan adanya perubahan kondisi perekonomian yang terus terjadi dari waktu ke waktu di Indonesia, hal ini membuat semakin banyak inovasi yang dilakukan oleh seluruh masyarakat, khususnya kalangan muda dengan memanfaatkan peluang dan keadaan agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi perkeonomian. Salah satu perwujudannya adalah adanya pertumbuhan wirausaha yang semakin pesat dari tahun ke tahun di Indonesia. Industri *food and beverages*, khususnya kafe merupakan salah satu jenis usaha yang paling banyak diminati oleh wirausahawan karena kemudahannya. Terlihat, semakin banyak kafe di sekitar kita dengan konsep unik dan estetik dengan menyajikan menu berkualitas dan kenyamanan bagi seluruh pengunjung yang datang.

Kegiatan pemaparan ini secara garis besar memberikan penyuluhan kepada mitra PKM mengenai kualitas kopi dan juga atmosfer dari sebuah kafe agar dapat menciptakan suatu kepuasan bagi pelanggan. Dengan hal ini, mitra PKM yang terlibat yaitu Bakoel Steak And Shake Kafe, tentu dapat menambah wawasan dan rasa ingin tahu terhadap suatu hal yang sangat relevan dengan bidang bisnis mereka. Selain itu, dari kegiatan yang telah dilakukan. Bakoel Steak And Shake Kafe diharapkan dapat mengevaluasi dan memperbaiki unsur- unsur dalam kedainya yang dirasa masih kurang sehingga dapat lebih siap dalam menghadapi berbagai pesaing di dalam industri *food and beverages*. Kegiatan PKM ini dapat meningkatkan keterampilan pemasaran dengan adanya pemahaman menyeluruh terhadap selera konsumen, sehingga mereka dapat menyesuaikan strategi Kafe mereka sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan terstandarisasi sehingga dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang menjadi faktor pembeda antara Bakoel Steak And Shake Kafe dengan pesaingnya.

Penyuluhan yang telah dilakukan kepada Hello Coffee sebagai mitra PKM, juga memiliki 4 (empat) manfaat bagi pihak mitra untuk keberlangsungan dan perkembangan usaha mereka di masa mendatang. Pertama, dengan adanya penjelasan faktor-faktor yang memengaruhi atmosfer dari sebuah Kafe oleh Tim PKM, pihak mitra dapat mengetahui, mengidentifikasi, serta mengeksplorasi lebih jauh terhadap elemen-elemen yang berkaitan dengan hal tersebut. Sehingga, pihak mitra dapat melakukan penilaian terhadap elemen yang selama ini ada di dalam Kafe mereka. Kedua, pihak mitra dapat mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, seperti: Harga, kualitas, suasana, selera, dan lainnya (Lee et al, 2018). Dengan demikian, mereka dapat memprediksi dan memperbaiki berbagai faktor tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Ketiga, dengan adanya penyuluhan mengenai makanan, strategi dan atmosfer dari sebuah Kafe, hal itu tentunya dapat membantu pihak mitra untuk mendapatkan suatu ide dan strategi pengembangan bisnis makanan yang belum diadopsi oleh pesaing, sebagai suatu langkah inovasi baru, sehingga dapat meningkatkan eksistensi Kafe di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Agusta, R. (2013). Pengaruh Store Atmosphere dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen The House of Raminten Yogyakarta)". Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Clemes, M. D., Gan, C., Kao, T. H., & Choong, M. (2008). An empirical analysis of customer satisfaction in international air travel. *Innovative Marketing*, 4(2), 50-62
- Han, H., & Jeong, C. (2013). Multi-dimensions of patrons' emotional experiences in upscale restaurants and their role in loyalty formation: Emotion scale improvement. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 59-70. doi:10.1016/j.ijhm.2012.04.00
- Lee, W. S., Moon, J., & Song, M. (2018). Attributes of the coffee shop business related to customer satisfaction. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(6), 628-641.
- Liu, Y., & Jang, S. (2009). Perceptions of Chinese restaurants in the US: What affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338-348.
- Liu, W.-K., Lee, Y.-S., & Hung, L.-M. (2017). The interrelationships among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: Examination of the fast-food industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 20(2), 146-162. doi:10.1080/15378020.2016.1201644
- Namkung, Y., & Jang, S. (2007). Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387-409.
- Nasir, A., Ahmed, M. A., Nazir, I., Zafar, H., & Zahid, Z. (2014). Impact of different determinants on customer satisfaction level (A case of fast food restaurant). *International Journal of Business and Management Invention*, 3(9), 32-40
- Novianti, V., & Ruslim, T. S. (2022). Pengaruh product quality, monetary promotion terhadap brand loyalty dengan satisfaction dan brand image sebagai mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 525-533.

Atmosphere Store Sebagai Faktor Determinan Dalam Menentukan Kepuasan Pada Konsumen Bakoel Steak and Shake Jambi

Laila Farhat, Marnas, A. Wahab Daeng, Sultan Wahyu Brahmantiyo

Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh cafe atmosphere terhadap keputusan pembelian gen y pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133-144.

Rahma, A. (2022). *Apa itu Wirausaha dan Pengertian Kewirausahaan dalam Bisnis*. URL: <https://majoo.id/solusi/detail/pengertian-wirausaha> Diakses tanggal 30 November 2023.

Rahman, M. A., Kalam, A., Rahman, M. M., & Abdullah, M. (2012). The influence of service quality and price on customer satisfaction: An empirical study on restaurant services in Khulna Division. *Industrial Engineering Letters*, 2(2), 25-33.

Atmosphere Store Sebagai Faktor Determinan Dalam Menentukan Kepuasan Pada Konsumen
Bakoel Steak and Shake Jambi

Laila Farhat, Marnas, A. Wahab Daeng, Sultan Wahyu Brahmantiyo