

**PENGARUH *ATMOSPHERE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN
LOKASI STRATEGIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA KONSUMEN DEPOT TANJUNG API MALANG**

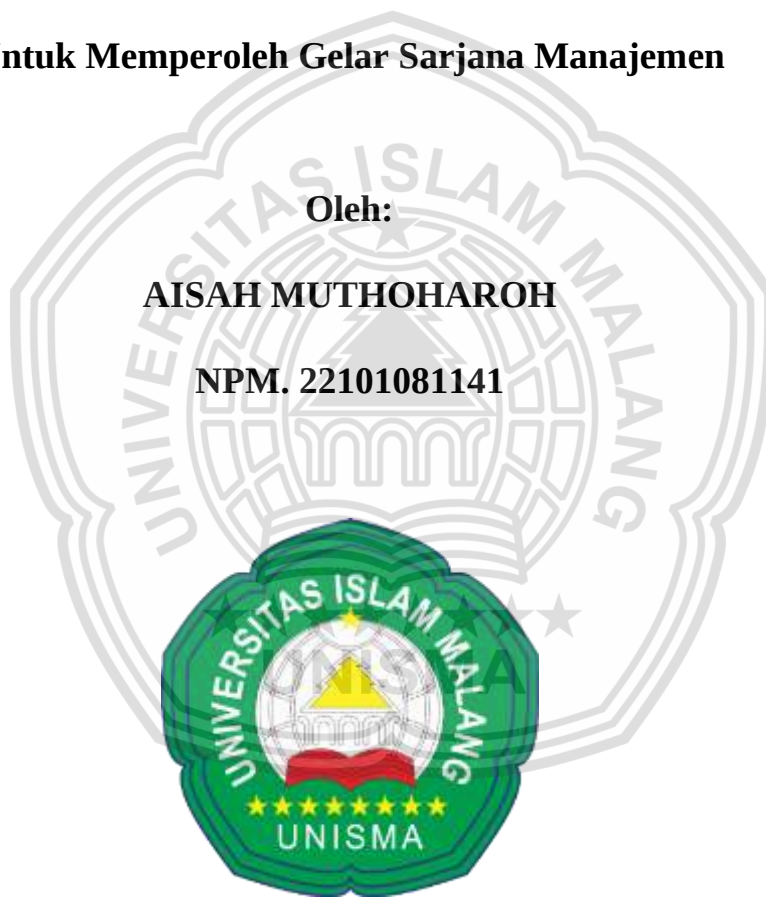
SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

AISAH MUTHOHAROH

NPM. 22101081141



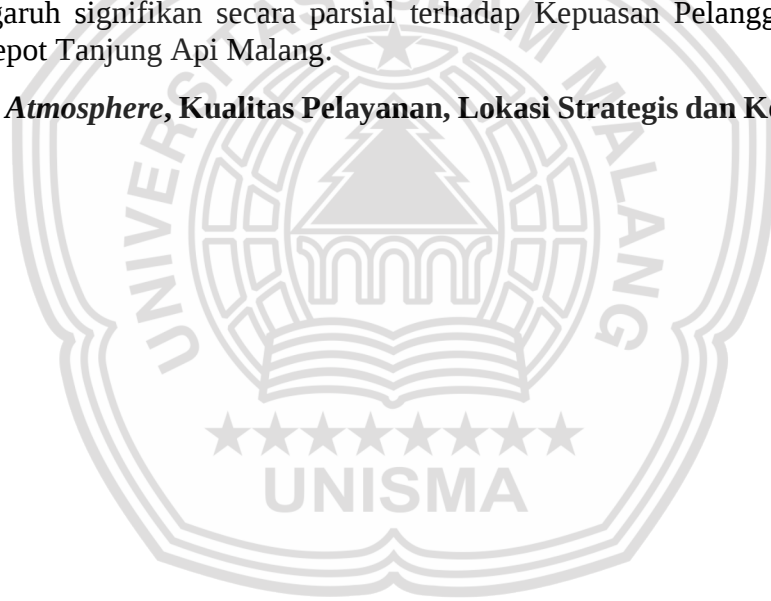
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2025

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis serta mengetahui pengaruh *Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Strategis terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Depot Tanjung Api Malang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan pada Pelanggan Depot Tanjung Api Malang dengan menggunakan rumus Maholtra sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 75 responden. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat analisis SPSS 22. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Strategis berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Depot Tanjung Api Malang. Variabel *Atmosphere* dan Lokasi Strategis berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Depot Tanjung Api Malang. Sedangkan variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Depot Tanjung Api Malang.

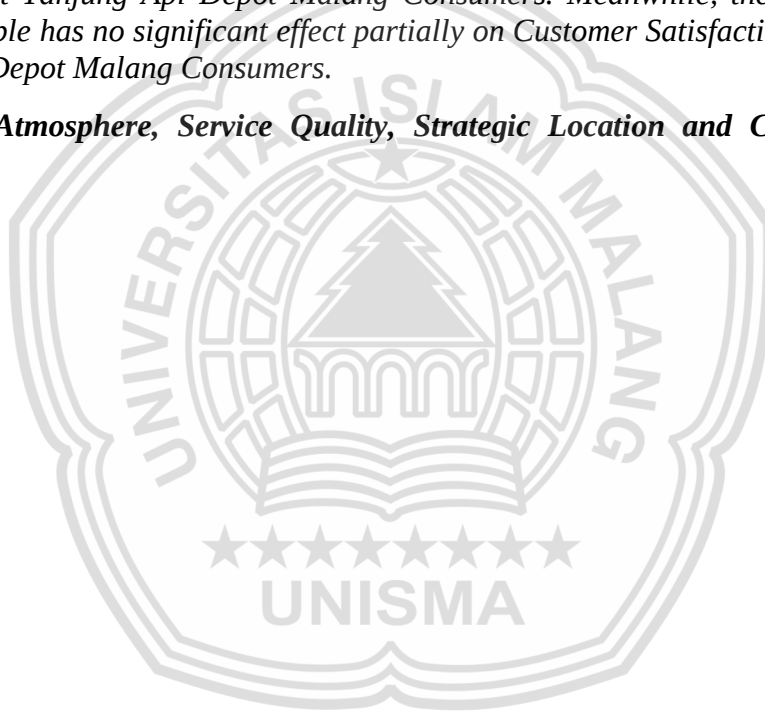
Kata Kunci : *Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Lokasi Strategis dan Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze and determine the effect of Atmosphere, Service Quality, and Strategic Location on Customer Satisfaction at Tanjung Api Depot Malang. This research uses quantitative research. Sampling was conducted at Tanjung Api Depot Customers Malang using the Maholtra formula so that the sample in this study was 75 respondents. This reasearch method uses multiple linear regression analysis with SPSS 22 analysis tools. Hypothesis testing using the t test and F test. The results of this study indicate that Atmosphere, Service Quality, and Strategic Location simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction at Tanjung Api Depot Malang Consumers. Atmosphere and Strategic Location variables have a significant effect partially on Customer Satisfaction at Tanjung Api Depot Malang Consumers. Meanwhile, the Service Quality variable has no significant effect partially on Customer Satisfaction at the Tanjung Api Depot Malang Consumers.

Keywords : *Atmosphere, Service Quality, Strategic Location and Customer Satisfaction*

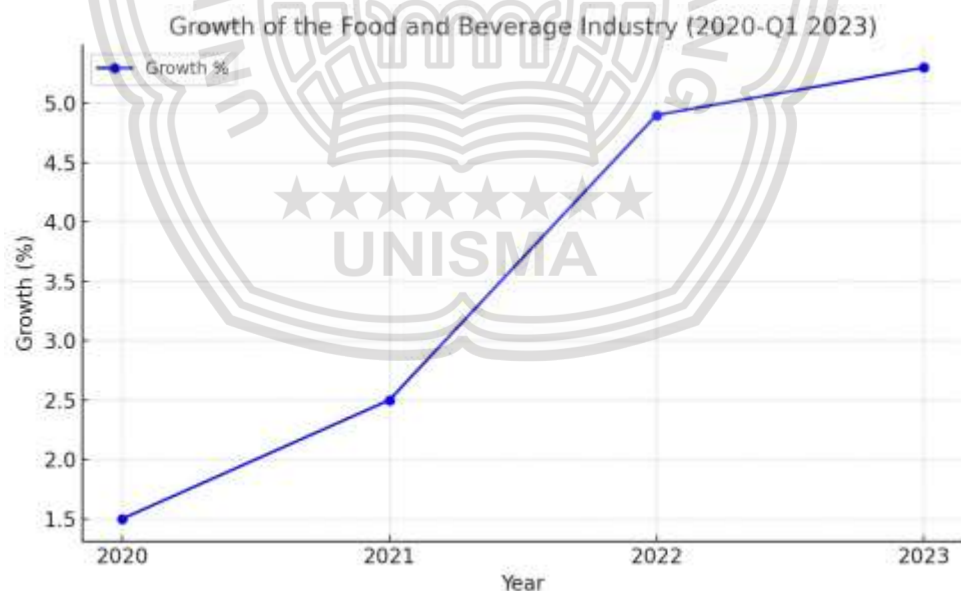


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir sektor makanan serta minuman telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling berkembang pesat di Indonesia. Perubahan gaya hidup, meningkatnya jumlah penduduk, serta pertumbuhan kelas menengah telah mendorong permintaan terhadap produk-produk makanan dan minuman, baik ditingkat lokal maupun nasional. Masyarakat semakin terbuka dengan berbagai pilihan kuliner, sehingga mendorong para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan memperluas usahanya di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia

Sumber: Katadata, 2024.

Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.1, Industri Makanan dan Minuman di Indonesia mendapati pertumbuhan yang signifikan akan sejumlah waktu terakhir. Uraian data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip oleh Katadata (2024), sektor ini mengalami pertumbuhan senilai 1,5% pada 2020 akibat pandemi COVID-19, dan berhasil bangkit dengan pertumbuhan 2,5% pada 2021. Kemudian, pertumbuhan kembali meningkat menjadi 4,9% pada 2022 dan mencapai 5,3% pada kuartal I 2023. Pemulihan ini didorong oleh naiknya permintaan pasar, inovasi para pelaku usaha, dan adopsi teknologi baru. Meskipun persaingan di sektor ini semakin ketat, peluang untuk terus berkembang tetap terbuka lebar, terutama dengan strategi yang berfokus pada kepuasan pelanggan dan naiknya daya saing (Katadata, 2024).

Seiring bertambahnya sektor makanan dan minuman, para pelaku usaha kini dituntut untuk berinovasi dan mengembangkan strategi yang unggul demi mempertahankan pangsa pasar mereka. Setiap bisnis berupaya mencakup tuntutan pembeli melalui layanan yang lebih personal dan berfokus kepada kepuasan pelanggan, karena kepuasan tersebut dapat berpengaruh besar terhadap loyalitas dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, tren positif dalam pertumbuhan sektor ini juga menggambarkan peluang yang besar sekaligus tantangan berat dalam menjaga keberlangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin kompleks.

Indikator berhasilnya suatu bisnis, termasuk industri kuliner, yakni kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Setiawati et al.

(2020:336), kepuasan dapat diuraikan menjadi perasaan bahagia bahkan rasa tak terima yang dirasakan seseorang sehabis melakukan perbandingan dari opini bahkan kesan mereka kepada kinerja atau temuan dari sebuah produk dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Apabila kinerja yang dirasakan oleh konsumen mencakup atau bahkan di atas ekspektasi, jadi konsumen cenderung akan puas. Kebalikannya, jika kinerja tidak selaras akan tuntutan, pembeli akan menjadi kecewa. Pelanggan yang merasa puas memberikan dampak positif jangka panjang bagi bisnis, khususnya dalam membangun citra perusahaan di mata masyarakat. Oleh karena itu, kepuasan konsumen dalam industri kuliner tidak hanya bergantung pada rasa makanan, tetapi juga pada bagaimana konsumen merasa nyaman saat mengunjungi tempat tersebut, dilayani dengan baik, dan mendapatkan akses yang praktis untuk menuju lokasi.

Sebuah komponen yang bisa memberi dampak akan level kepuasan pembeli di tempat makan yakni *atmosphere*. *Atmosphere* meliputi elemen-elemen fisik yang memberikan kenyamanan serta membentuk kesan bagi konsumen saat berada di dalam tempat usaha tersebut. Hal ini mencakup aspek seperti desain interior, pencahayaan, tata letak furnitur, hingga detail-detail pendukung lainnya. Menurut Berman and Evans dalam Angliawati & Mutaqin (2023:56), *Atmosphere* dapat memberikan kesan kepada konsumen melalui karakteristik fisik, dimana nuansa toko berfungsi agar membentuk citra serta ketertarikan minat pelanggan. Jaya et al. (2020) juga berpendapat, desain sangat berperan dalam menyampaikan informasi

tentang apa yang ditawarkan, sehingga dapat menciptakan suasana yang menarik. Suasana yang baik tidak hanya membentuk citra secara keseluruhan bangunan, tetapi juga mendorong masyarakat untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Bagi Depot Tanjung Api, penataan *atmosfer* depot yang tepat menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan, mengingat persaingan di sektor kuliner yang sangat ketat.

Selain *atmosphere*, kualitas layanan juga menjadi sebuah komponen penting yang memberi dampak akan kepuasan konsumen. Layanan yang berkualitas mencakup interaksi antara staf dan konsumen, kecepatan dalam melayani, serta sikap yang ramah dan sopan. Penelitian yang dilakukan oleh Garoda (2021), kualitas pelayanan menjadi level keunggulan yang dituntut serta arahnya yang mencakup permintaan pelanggan. Dalam industri kuliner, kualitas pelayanan yakni hal yang sangat penting karena kontak langsung dengan pelanggan dapat mempengaruhi pengalaman konsumen secara keseluruhan. Konsumen yang dilayani dengan ramah dan profesional akan merasa lebih dihargai dan puas dengan kunjungannya. Oleh karena itu, pelayanan yang prima perlu menjadi perhatian utama bagi manajemen Depot Tanjung Api untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Lokasi yang strategis memainkan peran penting dalam menarik konsumen. Menurut Pio et al. (2022:2022), lokasi merupakan pilihan yang ditentukan dari sebuah lini bisnis yang mana untuk menjalankan operasionalnya. Lokasi yang diposisikan di area strategis dan mudah untuk

diakses, terutama yang dekat dengan pusat keramaian dapat meningkatkan frekuensi kunjungan pelanggan (Dewi & Fransiska, 2024). Area yang tepat memudahkan pembeli guna mengakses lokasi berikut tanpa kesulitan, sehingga memperbesar peluang terjadinya pembelian. Depot Tanjung Api yang berada di lokasi strategis memiliki keuntungan dalam hal aksesibilitas. Namun, hal ini juga berarti bahwa Depot Tanjung Api harus mampu bersaing dengan bisnis serupa di area yang sama.

Dalam penelitian sebelumnya telah banyak membahas variabel yang memberi dampak akan kepuasan pelanggan, berupa *atmosphere*, kualitas pelayanan, serta lokasi strategis. Penelitian terdahulu menguraikan *atmosphere* ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena suasana yang menyenangkan mendorong pelanggan untuk tinggal lebih lama dan meningkatkan pembelian (Dahmiri & Bhayangkari, 2020; Handoko, 2023; Hidayat, 2020; dan Setiawan et al, 2023). Sebagian besar hasil penelitian menyimpulkan bahwa *atmosphere* mencakup elemen fisik seperti pencahayaan, warna, musik, dan aroma yang dirancang untuk menciptakan suasana nyaman, mempengaruhi emosi, dan kepuasan pelanggan. Dalam restoran atau kafe suasana ini menambah nilai produk dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Di sisi lain, lokasi strategis dan kualitas pelayanan menjadi komponen yang saling terkait dan memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah dan cepat, ditambah dengan lokasi yang dekat dengan pusat keramaian dan mudah untuk diakses, seringkali menjadi alasan utama pelanggan memilih suatu

tempat dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap usaha tersebut (Barus et al, 2020; Garoda, 2021; Nuraini & Chodidjah, 2024; dan Setiawati et al, 2020). Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa lokasi tidak selalu berpengaruh besar pada kepuasan konsumen, karena faktor lain seperti kualitas produk dan layanan lebih berperan dalam membentuk persepsi pelanggan, seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh Izzuddin & Muhsin (2020).

Studi ini didasarkan pada keunggulan utama yang dimiliki Depot Tanjung Api Malang. Menurut Surti & Anggraeni (2020:263), kualitas layanan atau jasa berfokus pada penyediaan layanan yang tepat untuk mencakup kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penyampaian layanan yang tepat untuk pemenuhan tuntutan mereka. Depot Tanjung Api menawarkan pelayanan yang cepat dengan waktu penyajian kurang dari 5 menit dan keramahan pegawai yang selalu siap membantu pelanggan, terutama dalam menjelaskan alur pemesanan. Selain itu, seperti yang dijelaskan oleh Kotler & Keller dalam Hidayat (2020:175), mendefinisikan bahwa *atmosphere* sebagai rancangan lingkungan tempat yang memanfaatkan elemen visual, penerangan, warna, musik, dan aroma supaya membangkitkan reaksi emosional serta penilaian pelanggan, dengan tujuan mempengaruhi mereka pada keputusan pembelian. Di Depot Tanjung Api, konsep interior yang sederhana namun *aesthetic* dengan dominan warna putih menciptakan suasana unik dan nyaman, yang jarang ditemukan di depot lain. Lokasi strategis juga menjadi faktor penting,

sesuai dengan pendapat Kotler & Armstrong dalam Hanief & Purnama (2024), yang menyatakan bahwa lokasi (*place*) merujuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan badan usaha guna memastikan produk yang dibuat atau ditawarkan dapat dijangkau dan tersedia untuk pasar yang dituju. Depot Tanjung Api terletak di pusat kota, di Jl. Panggung No. 5, dekat dengan fasilitas publik seperti perkantoran, sekolah, dan area bisnis, sehingga praktis untuk dijangkau oleh pelanggan. Ketiga variabel ini dipilih karena dianggap paling relevan dengan karakteristik dan daya tarik utama Depot Tanjung Api, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Depot Tanjung Api, yang berlokasi strategis di Jl. Panggung No. 5, Kota Malang, menghadirkan konsep kopitiam dengan beragam menu bercita rasa lokal serta suasana tempat makan yang nyaman. Meskipun menawarkan berbagai keunggulan, seperti lokasi strategis, menu khas, dan suasana yang menarik depot ini tetap menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan ketat industri kuliner di Kota Malang, khususnya kawasan Taman Simping Ijen dan Ijen Boulevard yang dipadati bisnis serupa. Dalam situasi ini, kepuasan pelanggan menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan loyalitas konsumen. Namun, terdapat potensi masalah apabila *atmosphere* yang dihadirkan tidak sepenuhnya mencakup ekspektasi pelanggan, kualitas pelayanan yang belum konsisten, atau lokasi strategis yang tidak dimanfaatkan secara optimal. Dengan demikian, studi ini penting dilakukan

guna menganalisis serta memberikan rekomendasi strategis untuk bersaing secara efektif.

Dengan melihat tantangan dan potensi yang dihadapi Depot Tanjung Api, studi ini berupaya untuk mengeksplorasi lebih dalam peran *atmosphere*, kualitas pelayanan, serta lokasi strategis kepada kepuasan pelanggan. Pemilihan ketiga variabel berikut didasarkan pada relevansinya dalam membentuk pengalaman pelanggan dan daya tarik depot di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner, studi ini dilakukan dengan tujuan untuk menyajikan gambaran yang tepat terkait persepsi pelanggan, sekaligus menyediakan dasar yang kuat untuk perbaikan dan pengembangan strategi bisnis Depot Tanjung Api. Sehubungan dengan kondisi yang telah diuraikan sebelumnya, mendapati akan peneliti yang berkeinginan untuk mengkaji sebuah studi, yang berjudul **“Pengaruh *Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Strategis terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Depot Tanjung Api Malang.”**

1.2. Rumusan Masalah

Mengacu pada penjelasan latar belakang permasalahan tersebut, maka pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan yakni:

- a. Apakah *Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Strategis berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Depot Tanjung Api?

- b. Apakah *Atmosphere* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Depot Tanjung Api?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Depot Tanjung Api?
- d. Apakah Lokasi Strategis berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Depot Tanjung Api?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan pada studi ini yakni:

- a. Untuk mengetahui sekaligus menganalisis *Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, serta Lokasi Strategis berpengaruh dengan simultan kepada Kepuasan Pelanggan di Depot Tanjung Api.
- b. Untuk mengetahui sekaligus menganalisis *Atmosphere* berpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan pada Depot Tanjung Api.
- c. Untuk mengetahui sekaligus menganalisis Kualitas Pelayanan berpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan pada Depot Tanjung Api.
- d. Untuk mengetahui sekaligus menganalisis Lokasi Strategis berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Depot Tanjung Api.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Studi ini diharapkan mampu menghasilkan beberapa dampak positif yang bersifat teoritis maupun praktis, baik bagi akademisi, pelaku usaha, maupun pihak lain yang berkepentingan dalam dunia bisnis dan pemasaran, khususnya di sektor kuliner.

a. Manfaat Teoritis

Studi ini bertujuan untuk memperkaya literatur dalam aspek pemasaran manajerial, khususnya mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hasil riset ini bisa sebagai pedoman oleh akademisi yang nantinya akan mengkaji studi terperinci atas pengaruh *atmosfer*, kualitas pelayanan, serta lokasi strategis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di industri kuliner. Disamping itu, studi ini juga memberikan informasi atau memperbarui teori-teori yang ada terkait dengan perilaku konsumen dan kepuasan pelanggan, sehingga menyajikan keterlibatan akan pengembangan wawasan di sektor pemasaran jasa.

b. Manfaat Praktis

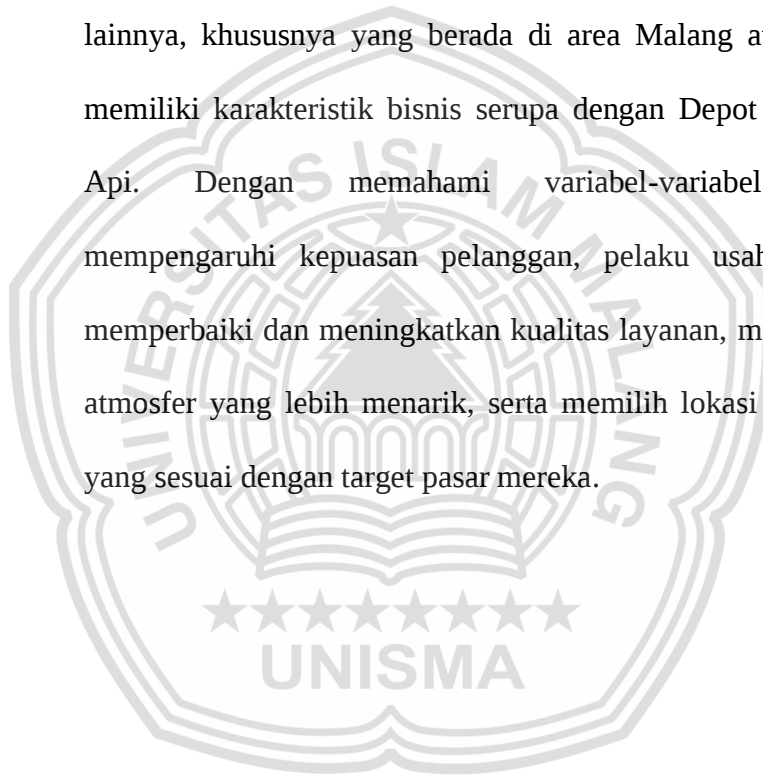
1) Bagi Pemilik Depot Tanjung Api

Studi ini menghasilkan informasi yang berguna kepada pemilik Depot Tanjung Api dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Melalui pemahaman yang lebih baik mengenai pengaruh *atmosfer*, kualitas pelayanan, dan lokasi

strategis terhadap kepuasan konsumen, pemilik depot dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2) Bagi Pelaku Usaha Kuliner

Studi ini juga bermanfaat bagi para pelaku usaha kuliner lainnya, khususnya yang berada di area Malang atau yang memiliki karakteristik bisnis serupa dengan Depot Tanjung Api. Dengan memahami variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, pelaku usaha dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan, merancang atmosfer yang lebih menarik, serta memilih lokasi strategis yang sesuai dengan target pasar mereka.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Studi ini bermaksud guna mendapatkan pengetahuan akan *Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, serta Lokasi Strategi berdampak kepada Kepuasan Pelanggan pada pembelian Depot Tanjung Api Malang. Didasarkan dari temuan studi serta pembahasan, sehingga bisa didapati kesimpulan:

- a. Terjadi pengaruh signifikan secara simultan antara variabel *Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Strategis terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen Depot Tanjung Api Malang. Hasil analisis menunjukkan hubungan yang signifikan dengan kontribusi senilai 51.7%, namun 48.3% sisanya diberi dampak atas item lain yang tak dicantumkan pada riset ini. Meskipun, hasil ini masih valid, model penelitian perlu dikembangkan lebih lanjut dengan pertimbangan variabel tambahan yang dapat memberikan gambaran lebih komprehensif, maka kesimpulan tersebut cukup representatif.
- b. Variabel *Atmosphere* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen Depot Tanjung Api Malang. Hal ini menunjukkan bahwa suasana yang nyaman, termasuk pencahayaan, tata ruang, dan kebersihan, dapat menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun aspek *exterior* sudah sangat baik, perusahaan perlu memperbaiki *store layout*, khususnya dalam mengatur alur

pemesanan, untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperkuat kepuasan mereka.

- c. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen Depot Tanjung Api Malang. Meskipun indikator *tangible* (bukti langsung) menunjukkan nilai yang tinggi, hal ini belum cukup untuk menciptakan pengalaman yang benar-benar memuaskan karena ekspektasi pelanggan yang tinggi. Dikarenakan meskipun pelayanan sudah mencakup standar, ekspektasi pelanggan yang tinggi tidak terpenuhi, terutama dalam aspek keramahan karyawan dan efisiensi pelayanan. Oleh karena itu, naiknya pelayanan terutama di indikator *responsiveness* (daya tanggap) menjadi aspek yang perlu diperhatikan. Perusahaan perlu fokus pada naiknya efisiensi pelayanan, perbaikan sistem antrian, dan konsistensi dalam penyajian pesanan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.
- d. Variabel Lokasi Strategis berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen Depot Tanjung Api Malang. Hal ini bermakna bahwa lokasi yang praktis untuk ditemui dan berada akan pusat aktivitas memudahkan pembeli untuk berkunjung, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka. Meskipun demikian, perusahaan perlu memperhatikan naiknya fasilitas pendukung, terutama pengelolaan parkir, untuk mengatasi keluhan pelanggan mengenai keterbatasan area parkir pada jam sibuk.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Studi ini punya sejumlah keterbatasan, yakni:

- a. Ruang lingkup studi ini hanya ada di pelanggan Depot Tanjung Api Malang dengan jumlah sampel terbatas, yakni 75 partisipan. Hal ini dapat membatasi generalisasi hasil penelitian. Selain itu, studi ini hanya mencakup satu lokasi di Malang, sementara Depot Tanjung Api kini juga telah hadir di Surabaya. Dengan keterbatasan tersebut, diharapkan untuk selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan melibatkan jumlah partisipan yang lebih besar serta mencakup cabang-cabang lain di berbagai kota, seperti Surabaya, agar hasil yang diperoleh lebih akurat dan representatif.
- b. Dalam studi ini, hanya fokus pada 3 variabel untuk mengukur kepuasan pelanggan. Model penelitian yang diaplikasikan yakni penelitian kuantitatif atas pendekatan regresi linear berganda. Uraian temuan pembahasan uji koefisien determinasi, diperoleh akan ketiga variabel tersebut berkontribusi senilai 51.7% terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa 48.3% sisanya dipengaruhi oleh item lain yang tak dicantumkan pada studi ini.

5.3. Saran

- a. Bagi Akademisi dan Peneliti

Studi di masa depan diharapkan dapat mempertimbangkan penggunaan jumlah sampel yang lebih besar untuk

meningkatkan keakuratan hasil dan generalisasi temuan. Selain itu, objek penelitian dapat diperluas dengan menambahkan variasi lokasi atau jenis usaha kuliner agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat diterapkan pada konteks yang lebih luas. Menambah variabel independen dan memperbaiki model penelitian secara menyeluruh juga disarankan agar hasil penelitian lebih mendalam dan mencakup lebih banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diharapkan, studi ini dapat menambah wawasan dalam literatur bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai hal-hal yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil studi ini bisa menjadi referensi bagi akademisi yang berencana melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh atmosfer, kualitas pelayanan, dan lokasi strategis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di industri kuliner. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian pada pembahasan uji koefisien determinasi, diperoleh persentase sumbangan variabel *Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Strategis yakni senilai 51.7%, ada 48.3% diberi dampak akan item yang tidak dicantumkan didalam studi ini. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya bisa menambah variabel lain yang tidak dicantumkan dalam studi ini.

b. Bagi Pemilik Depot Tanjung Api

Bagi perusahaan, diharapkan untuk memperhatikan beberapa variabel yang telah dicantumkan dalam studi ini. Depot Tanjung Api

Malang dapat mempertahankan variabel *Atmosphere* dan Lokasi Strategis. Karena kedua variabel tersebut mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hal lain yang didapati yakni kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Depot Tanjung Api Malang. Berdasarkan temuan studi ini, kualitas pelayanan tak berdampak signifikan kepada kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh beragam alasan, mencakup yakni pelanggan yang cenderung menganggap bahwa pelayanan di depot makanan bersifat standar dan tidak menjadi fokus utama dalam memilih tempat makan. Meskipun demikian, keluhan pelanggan yang merasa kurang puas atau memiliki pengalaman buruk terkait pelayanan harus segera ditindaklanjuti. Untuk itu, penting bagi Depot Tanjung Api Malang untuk terus memperbaiki kualitas pelayanan yang ada, dengan memastikan pelayanan yang lebih responsif dan mencakup ekspektasi pelanggan. Perbaikan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif, sehingga meskipun aspek pelayanan mungkin bukan faktor utama dalam pemilihan tempat makan, konsistensi dan pelayanan yang berkualitas baik dapat berkontribusi pada naiknya kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

c. Bagi Pelaku Usaha Kuliner

Studi ini juga memberikan saran bagi para pelaku usaha kuliner lainnya, khususnya yang berada di area Malang atau yang

memiliki karakteristik bisnis serupa dengan Depot Tanjung Api. Dengan memahami variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, pelaku usaha dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan, merancang atmosfer yang lebih menarik, serta memilih lokasi strategis yang sesuai dengan target pasar mereka.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmppsdm.v1i2.119>
- Angliawati, R. Y., & Mutaqin, M. F. I. (2023). Implikasi *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Slomo Cofee Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 52–65. <https://doi.org/10.51977/jsm.v5i1.1044>
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 141–150. <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i1.694>
- Dahmiri, & 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>
- Dewi, R. P., & Fransiska. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Restoran Zushioda Cirebon. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 781–792.
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 266–277. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.937>
- Fatoni, A., & Lestari, N. (2021). Perbedaan Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Gojek (goride) di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Bisnis, Logistik Dan Supply Chain (BLOGCHAIN)*, 1(1), 16–23. <https://doi.org/10.55122/blogchain.v1i1.226>
- Garoda, I. S. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Mcdonald's Cijantung. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6), 2833. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6.3109>
- Handoko, J. L. (2023). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Berunding Coffee Yogyakarta. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(3), 306–320. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.2985>
- Hanief, R. A., & Purnama, N. I. P. I. (2024). Strategi Pemasaran Peternak Ayam Broiler Di Surya Endang Farm Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1441–1454. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4166>
- Hasibuan, R. M., Harahap, F., & Lubis, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan

Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175–182.

Hidayat, M. S. (2020). Pengaruh Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Dreamblack Coffee Mojokerto. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(2), 173–186. <https://doi.org/10.37112/bisman.v3i2.796>

Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1281–1288. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.629>

Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep di Jember. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>

Jaya, A. R. P. D., Maruta, I. A., & Pratiwi, N. M. I. (2020). Pengaruh Brand Equity, Brand Image dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 66–80.

Katadata. (2024). *Industri makanan dan minuman diprediksi tumbuh 7% berkat tahun politik*. Katadata. <https://katadata.co.id/berita/industri/64b63ab164ed4/industri-makanan-dan-minuman-diprediksi-tumbuh-7-berkat-tahun-politik>

Lorence, V., & Fuady, I. (2023). Pengaruh Percieved Credibility of Consumers, Percieved Images of Consumers, Dan Consumer's Trust Dalam Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 11–16. <https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.11-16>

Nuraini, D. P., & Chodidjah, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Kelontong Mujinah. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(02), 1139–1147. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.5112>

Nuraini, K. D., Fitroh, F. I., & Putra, S. (2024). Mengapa Para Netizen Memutuskan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc Pengaruh Influencer, Live Streaming dan Program Flash Sale. *(DINAMIKA) Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(1), 26–37. <https://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika/article/view/417>

Pio, J., Mamuaya, N. C., & Angmalisang, S. (2022). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2019–2030. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2686>

Rodli, A. F., & Khalimah, S. (2021). Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga,

Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Tanaman Hias di“Pasar Puspa Agro Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 303. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.940>

Sa’adah, S. K. (2021). Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Olive Fried Chicken Jalan Pemuda Kebumen. *Manajemen*, 1–7.

Sapitri, E., Sampurno, & Hayani, I. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.150>

Setiawan, F. B., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Basabasi Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 470. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.742>

Setiawati, S., Guspul, A., & Meftahudin, M. (2020). Pengaruh Service Quality, Food Quality, Price Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Eatbox Kitchen Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 335–342. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1229>

Sondak, C., Tumbel, A. L., & Lintong, D. C. A. (2021). Analisis Pengaruh Promosi penjualan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Indogrosir Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 754–764. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.38323>

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. In M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd. (Ed.), *ALFABETA* (2nd ed.). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>

Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261–270. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i3.221>

Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Andi:Yogyakarta.