# PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT QUEEN FRUIT PEKANBARU

# (*THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT QUEEN FRUIT PEKANBARU*)

## SKRIPSI


**Oleh :**

**LUTHFI ADANI NOFIALDI**

**2161201051**

**MANAJEMEN PEMASARAN**






**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS LANCANG KUNING**

**PEKANBARU**


**2025**

# PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT QUEEN FRUIT PEKANBARU

# (*THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT QUEEN FRUIT PEKANBARU)*)

## SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive

Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lancang Kuning


**OLEH :**

**LUTHFI ADANI NOFIALDI**

**2161201051**

**MANAJEMEN PEMASARAN**


## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

## UNIVERSITAS LANCANG KUNING

## PEKANBARU

## 2025

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**NAMA** : **LUTHFI ADANI NOFIALDI**

**NIM** : **2161201051**

**FAKULTAS** : **EKONOMI DAN BISNIS**

**JURUSAN** : **MANAJEMEN**

**JUDUL** : **"PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT QUEEN FRUIT PEKANBARU"**

**PEMBIMBING I**

**Prof. Dr. H ARIZAL.N, SE, MM**
**NIDN : 1023046301**

**PEMBIMBING II**

**Dr. EFRITA SOVIYANTI SE, MM**
**NIDN : : 1001028101**

**DEKAN**

**Dr. DINI ONASIS, S.E.,S.H.,M.M.,M.H.,Ak.,CA.,ACPA**
**NIDN : 1006067101**

**KETUA JURUSAN**

**Dr. AZNURIYANDI,S.E,M.Si**
**NIDN : 1021088602**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**NAMA** : **LUTHFI ADANI NOFIALDI**

**NIM** : **2161201051**

**FAKULTAS** : **EKONOMI DAN BISNIS**

**JURUSAN** : **MANAJEMEN**

**JUDUL** : **"PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT QUEEN FRUIT PEKANBARU"**

**KETUA**

**Dr. AZNURIYANDI,S.E,M.Si**
**NIDN : 1021088602**

**SEKRETARIS**

**Dr. IDEL WADELMI, S.E.I.,M.Si**
**NIDN : 1008078602**

**ANGGOTA**

**Prof. Dr. H ARIZAL.N, SE, MM**
**NIDN : 1023046301**

**Dr. EFRITA SOVIYANTI SE, MM**
**NIDN : 1001028101**

**Dr. NOFRIZAL, SE, MM**
**NIDN : 1002118703**

**Dr. HARDI, SE, MM**
**NIDN : 1015058102**

# ABSTRAK

## PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT QUEEN FRUIT PEKANBARU

**OLEH :**

**LUTHFI ADANI NOFIALDI**

**2161201051**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru, baik secara parsial maupun simultan. Objek penelitian ini adalah pelanggan aktif Toko Queen Fruit. Populasi berjumlah 3.340 orang yang diperoleh dari data rekap transaksi penjualan selama periode 2023 hingga 2024. Sampel ditentukan sebanyak 97 responden melalui teknik purposive sampling, yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian minimal tiga kali dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel harga (X1), kualitas produk (X2), dan atmosfer toko (X3) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh yang signifikan. Nilai koefisien determinasi ($R^2$) sebesar 0,615 menunjukkan bahwa 61,5% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Di antara ketiganya, kualitas produk memiliki nilai koefisien regresi tertinggi, menjadikannya sebagai faktor paling dominan. Hal ini menegaskan bahwa pelanggan lebih memprioritaskan aspek kesegaran, keamanan konsumsi, dan keragaman produk dalam keputusan pembelian. Manajemen Toko Queen Fruit disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk, menerapkan strategi harga yang adil dan bersaing, serta menciptakan atmosfer toko yang mendukung kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Atmosfer Toko, Kepuasan Pelanggan, Toko Buah, Retail.

## *ABSTRACT*

## *THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT QUEEN FRUIT PEKANBARU)*

***By :***

**LUTHFI ADANI NOFIALDI**

**2161201051**

*This study aims to examine and analyze the influence of price, product quality, and store atmosphere on customer satisfaction at Queen Fruit Store Pekanbaru, both partially and simultaneously. The object of this research is active customers of Queen Fruit Store. The population consists of 3,340 individuals, obtained from sales transaction data during the 2023–2024 period. A total of 97 respondents were selected using purposive sampling, specifically customers who had made at least three purchases and were willing to complete the questionnaire. This study uses a quantitative approach with data collected through a survey using structured questionnaires. The collected data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 29. The results show that price (X1), product quality (X2), and store atmosphere (X3) each have a positive and significant influence on customer satisfaction (Y) when tested partially. Simultaneously, all three variables also have a significant influence. The coefficient of determination ($R^2$) is 0.615, indicating that 61.5% of the variation in customer satisfaction can be explained by these three variables. Among them, product quality has the highest regression coefficient, making it the most dominant factor. This indicates that customers prioritize freshness, consumption safety, and product variety in their purchasing decisions. It is recommended that Queen Fruit Store management continuously improve product quality, apply fair and competitive pricing strategies, and maintain a comfortable store atmosphere to enhance customer satisfaction and loyalty.*



***Keywords:*** *Price, Product Quality, Store Atmosphere, Customer Satisfaction, Retail, Fruit Store.*

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan atau Doktor) baik di Universitas Lancang Kuning Maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 16 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan




**LUTHFI ADANI NOFIALDI**

**2161201051**

# KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Penulis berterima kasih kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul " **Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru."** Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW telah mengubah cara kita hidup sekarang. Skripsi ini ditulis sebagai persiapan untuk ujian sarjana Prodi Manajemen pada bidang Sumber Daya Manusia di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih atas nasihat, motivasi, dan inspirasi yang diberikan kepada:

1. Bapak Dr. Junaidi, S.S., M. Hum, selaku Rektor Universitas Lancang Kuning.
2. Bapak Dr. Dini Onasis, S.E, S.H, M.M., M.H., CA., ACPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
3. Bapak Dr. Aznuriyandi, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
4. Bapak Prof. dr. H. Arizal. N. SE., MM, selaku dosen pembimbing I saya yang telah memberikan arahan serta ilmu yang bermanfaat selama bimbingan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Effrita Soviyanti, SE., MM, selaku dosen pembimbing II saya yang telah memberikan arahan serta ilmu yang bermanfaat selama bimbingan dalam proses pengerjaan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama proses perkuliahan berlangsung.
7. Kedua orang tua saya yang selalu saya banggakan, terima kasih atas dukungan beserta doa – doa yang tidak pernah putus dalam setiap proses yang saya lewati, serta dukungan untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan adik – adik saya yang tidak kalah penting nya memberikan dukungan dan semangat.
8. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, seseorang yang tidak bisa saya sebutkan nama nya. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalan penulis Menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah penulis dan memberi semangat untuk tidak pantang menyerah.
9. Untuk teman – teman seperjuangan saya, yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik, saran, dan masukan dari semua orang karena skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Pekanbaru, 16 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan

**LUTHFI ADANI NOFIALDI**

**2161201051**

# DAFTAR ISI

**ABSTRAK** ..... i

**PERNYATAAN** ..... iii

**KATA PENGANTAR** ..... iv

**DAFTAR TABEL** ..... ix

**DAFTAR GAMBAR** ..... xi

**BAB I PENDAHULUAN** ..... 1

**1.1 Latar Belakang Penelitian** ..... 1

**1.2 Perumusan Masalah** ..... 9

**1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian** ..... 10

**1.3.1 Tujuan Penelitian** ..... 10

**1.3.2 Manfaat Penelitian** ..... 11

**1.4 Sistematika Penulisan** ..... 11

**BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS** ..... 14

**2.1 TELAAH PUSTAKA** ..... 14

**2.1.1 Manajemen** ..... 14

**2.1.2 Kualitas Produk** ..... 17

**2.1.3 Atmosfer Toko** ..... 21

**2.1.4 Kepuasan Pelanggan** ..... 25

**2.1.5 Studi Pendahuluan** ..... 29

**2.2 KONSEP DASAR** ..... 33

**2.3 HIPOTESIS** ..... 38

**BAB III METODE PENELITIAN** ..... 36

**3.1 Objek Penelitian** ..... 36

**3.2 Jumlah Populasi dan Sampel** ..... 36

**3.2.1 Populasi** ..... 36

**3.2.2 Sampel** ..... 37

**3.3 Metode Pengumpulan Sampel** ..... 38

**3.4 Jenis Data yang Ada dan Sumbernya** ..... 39

**3.4.1 Jenis Data** ..... 39

**3.4.2 Sumber Data** ..... 40

**3.5 Metode Pengumpulan Informasi** ..... 40

**3.6 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel** ..... 40

**3.7 Analisis Data** ..... 45

**3.7.1 Uji Prasyarat Analisis** ..... 45

**3.7.2 Uji Instrumen Penelitian** ..... 47

**BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN** ..... 49

**4.1 Sejarah Singkat PT QUEEN FRUIT PEKANBARU** ..... 49

**4.2 Struktur Organisasi PT QUEEN FRUIT PEKANBARU** ..... 50

**4.3 Aktivitas Umum PT QUEEN FRUIT PEKANBARU**..... 54

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** ..... 56

**5.1 HASIL PENELITIAN**..... 56

**5.1.1 Karakteristik Responden** ..... 56

**5.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian** ..... 59

**5.1.3 Uji Instrumen Penelitian**..... 75

**5.2 PEMBAHASAN**..... 82

**5.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT QUEEN FRUIT PEKANBARU**..... 82

**5.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT QUEEN FRUIT PEKANBARU** ..... 85

**5.2.3 Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT QUEEN FRUIT PEKANBARU** ..... 88

**BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**..... 89

**6.1 KESIMPULAN**..... 89

**6.2 SARAN** ..... 90

**DAFTAR PUSTAKA**..... 94

# DAFTAR TABEL

**Tabel** **Hal**

1.1 Tabel Perbandingan Harga 10 Produk di Toko Buah Pekanbaru ……..…...6

2.1 Studi Pendahuluan .....27

3.1 Populasi Customer PT QUEEN FRUIT PEKANBARU (2023 - 2024)….....37

3.2 Identifikasi dan Operasional Variabel .....43

5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....56

5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....57

5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Berdasarkan Frekuensi Belanja di Toko Queen Fruit.....57

5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi pelanggan di PT QUEEN FRUIT PEKANBARU .....58

5.5 Tanggapan Responden Berdasarkan Kesesuaian Harga dan Kualitas yang Diterima (X1.1).....60

5.6 Tanggapan Responden Berdasarkan Diskon atau Potongan Harga Yang Menarik (X1.2).....60

5.7 Tanggapan Responden Berdasarkan Harga Produk Dibandingkan Dengan Toko Lain (X1.3).....61

5.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Variabel Harga (X1) …….……...62

5.9 Tanggapan Responden Berdasarkan Kondisi Produk (X2.1)…….....63

5.10 Tanggapan Responden Berdasarkan Kebersihan dan Keamanan Produk Untuk Dikonsumsi (X2.2).....64

5.11 Tanggapan Responden Berdasarkan Variasi Produk (X2.3)…….....64

5.12 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Variabel Kualitas Produk (X2).....65

5.13 Tanggapan Responden Berdasarkan Desain Interior Toko (X3.1).....66

5.14 Tanggapan Responden Berdasarkan Pencahayaan dan Musik di Toko (X3.2)…….....67

5.15 Tanggapan Responden Berdasarkan Aksesibilitas dan Kenyamanan Ruang Antar Rak (X3.3) .....68

5.16 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Variabel Atmosfer Toko (X3).....69

5.17 Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan Berbelanja Secara Keseluruhan (Y1)……...70

5.18 Tanggapan Responden Berdasarkan Rencana Berbelanja Kembali di Masa Mendatang (Y2) ……....71

5.19 Tanggapan Responden Berdasarkan Kesediaan Memberi Rekomendasi kepada Orang Lain (Y3).....71

5.20 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)…….....72

5.21 Rekapitulasi Variabel Penelitian ……..……..….....73

5.22 Uji Validitas .....74

5.23 Uji Reliabilitas .....75

5.24 Uji Normalitas .....76

5.25 Uji Linearitas.....77

5.26 Uji t (Parsial).....78

5.27 Uji f (Simultan).....80

# DAFTAR GAMBAR

**Gambar** **Hal**

1.1 Etalase Produk …….13

1.2 Etalase Buah .....13

1.3 Tampilan Toko dari Luar .....13

1.4 Kulkas untuk Buah .....13

2.1 Kerangka Pemikiran .....41

4.1 Struktur Organisasi.....61

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Dalam konteks ritel, harga tidak hanya mencerminkan nilai ekonomis dari produk, tetapi juga menjadi indikator kualitas dan persepsi nilai oleh konsumen. Menurut Hidayat (2020:25), penetapan harga yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan dapat menurunkan kepuasan dan berdampak negatif pada loyalitas. Prasetyo dan Sari (2021:47) menyatakan bahwa harga yang kompetitif dan transparan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di lingkungan ritel modern. Strategi penetapan harga harus memperhatikan persepsi konsumen terhadap nilai guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas produk juga merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan. Produk berkualitas tinggi dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen, sehingga menciptakan kepercayaan dan loyalitas. Hassan, Ali, dan Khan (2022:347) menemukan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan tingkat kepuasan pelanggan dalam sektor ritel. Penelitian oleh Sari dan Nugroho (2021:58) juga menunjukkan bahwa peningkatan persepsi terhadap kualitas produk secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Menjaga konsistensi kualitas produk menjadi salah satu strategi utama dalam mempertahankan pelanggan.

Atmosfer toko juga memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman belanja yang menyenangkan dan memengaruhi kepuasan pelanggan. Atmosfer toko mencakup aspek visual, suara, aroma, pencahayaan, dan kenyamanan tata ruang. Bitner (1992:58) menyebutkan bahwa lingkungan fisik (servicescape) mampu memengaruhi perilaku pelanggan dan penilaian terhadap layanan secara keseluruhan. Ahmad dan Fitriani (2020:78) menyatakan bahwa atmosfer toko yang tertata baik dan nyaman memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan di sektor ritel. Alfin dan Nurdin (2017:252) menekankan bahwa store *atmosphere* tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan, tetapi juga terhadap loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

PT Queen Fruit Pekanbaru adalah perusahaan retail yang berfokus pada penjualan berbagai produk segar, termasuk buah-buahan, sayuran, dan daging berkualitas tinggi. Berlokasi di Pekanbaru, perusahaan ini dikenal dengan komitmennya dalam menyediakan produk yang segar dan berkualitas kepada konsumennya. PT Queen Fruit Pekanbaru tidak hanya menawarkan produk lokal tetapi juga menghadirkan produk impor untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang beragam. Perusahaan ini selalu menjaga standar kualitas produk, memberikan layanan yang ramah, serta menciptakan suasana toko yang nyaman dan menarik. PT Queen Fruit Pekanbaru juga aktif memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dengan pelanggan dan memberikan informasi terkait promosi maupun produk terbaru.

Kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam strategi bisnis yang berkelanjutan, terutama di sektor retail. Di PT Queen Fruit Pekanbaru yang berlokasi di Pekanbaru, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga, kualitas produk, dan atmosfer toko memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di sektor retail. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus secara aktif mengelola ketiga aspek tersebut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Hidayat;2020;45).



**Gambar 1.1** Etalase Produk



**Gambar 1.2** Etalase Buah




**Gambar 1.3** Tampilan Toko dari Luar




**Gambar 1.4** Kulkas untuk Buah

Meskipun harga, kualitas produk, dan atmosfer toko sering kali diteliti secara terpisah, ketiga elemen ini saling memengaruhi satu sama lain dalam membentuk kepuasan pelanggan. Misalnya, atmosfer toko yang baik dapat membuat pelanggan merasa bahwa harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas produk yang mereka terima. Sebaliknya, jika atmosfer toko tidak

memadai, pelanggan mungkin merasa bahwa harga yang mereka bayar terlalu tinggi, meskipun kualitas produk baik (Prasetyo dan Sari 2021;77).

Di tengah persaingan yang semakin ketat di sektor retail, PT Queen Fruit Pekanbaru di Pekanbaru menghadapi berbagai fenomena yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam beberapa tahun terakhir, perubahan perilaku konsumen yang signifikan menjadi sorotan utama. Pelanggan kini lebih selektif dan kritis dalam memilih produk. Mereka tidak hanya mencari harga yang murah, tetapi juga kualitas yang baik dan pengalaman belanja yang menyenangkan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor retail buah-buahan di Pekanbaru, PT Queen Fruit Pekanbaru perlu memahami posisi mereka dibandingkan dengan pesaing-pesaing utama di pasar. Analisis terhadap karakteristik pesaing dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan masing-masing, serta merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing.

Setiap toko memiliki pendekatan dan strategi yang berbeda dalam menarik pelanggan. PT Queen Fruit Pekanbaru, misalnya, menetapkan harga yang disebut kompetitif, yang disusun berdasarkan hasil survei pasar serta strategi efisiensi internal, seperti pembelian langsung dari petani atau distributor utama. Strategi ini memungkinkan mereka menjaga keseimbangan antara kualitas dan keterjangkauan.

Beberapa toko lainnya, seperti PT Fresh Fruit Mart, mengedepankan atmosfer toko yang modern serta layanan pelanggan yang profesional. Hal ini kemungkinan berdampak pada struktur harga mereka yang berbeda. Di sisi lain,

pasar tradisional seperti Pasar Buah 88 menawarkan buah-buahan dengan harga yang lebih bervariasi dan fleksibel, mengikuti dinamika pasokan dan permintaan harian, serta operasional yang lebih sederhana.

Toko lain seperti Toko Buah Lestari dan Toko Buah Segar Pekanbaru memanfaatkan pendekatan promosi langsung seperti diskon harian dan spanduk untuk menarik pelanggan. Ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran mereka lebih fokus pada frekuensi promosi dibandingkan interaksi digital.

Berdasarkan pengamatan ini, PT Queen Fruit Pekanbaru dapat terus memperkuat posisinya dengan mengoptimalkan strategi yang sudah terbukti efektif, seperti menjaga kualitas produk, menciptakan atmosfer belanja yang nyaman, serta aktif dalam promosi digital. Di samping itu, pengembangan strategi harga yang adaptif seperti penawaran *bundling* produk, program loyalitas, atau diskon musiman bisa menjadi langkah inovatif untuk tetap menarik minat konsumen dari berbagai segmen.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perbandingan harga produk di berbagai toko buah di Pekanbaru, berikut ini disajikan tabel harga untuk 10 produk buah pilihan. Tabel ini mencakup harga dari PT Queen Fruit Pekanbaru serta lima pesaingnya, yaitu PT Fresh Fruit Mart, Toko Buah Segar Pekanbaru, Pasar Buah 88 Pekanbaru, Fresh Buah Pekanbaru, dan Toko Buah Lestari. Perbandingan harga ini diharapkan dapat membantu dalam menganalisis strategi penetapan harga yang diterapkan oleh masing-masing toko serta menentukan langkah strategis yang tepat untuk meningkatkan daya saing PT Queen Fruit Pekanbaru.

**Tabel 1.1**

**Tabel Perbandingan Harga 10 Produk di Toko Buah Pekanbaru**

| Produk | PT Queen Fruit Pekanbaru | PT Fresh Fruit Mart | Toko Buah Segar Pekanbaru | Pasar Buah 88 Pekanbaru | Fresh Buah Pekanbaru | Toko Buah Lestari |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Apel Fuji (kg) | Rp 35.000 | Rp 40.000 | Rp 30.000 | Rp 25.000 | Rp 33.000 | Rp 32.000 |
| Pisang Cavendish (kg) | Rp 20.000 | Rp 22.000 | Rp 18.000 | Rp 15.000 | Rp 19.000 | Rp 18.500 |
| Jeruk Sunkist (kg) | Rp 28.000 | Rp 30.000 | Rp 25.000 | Rp 20.000 | Rp 27.000 | Rp 26.000 |
| Anggur Merah (kg) | Rp 50.000 | Rp 55.000 | Rp 48.000 | Rp 40.000 | Rp 52.000 | Rp 49.000 |
| Melon (kg) | Rp 9.000 | Rp 10.000 | Rp 8.000 | Rp 7.000 | Rp 8.500 | Rp 8.250 |
| Semangka Tanpa Biji (kg) | Rp 10.000 | Rp 12.000 | Rp 9.000 | Rp 8.000 | Rp 10.500 | Rp 9.500 |
| Mangga Harum Manis (kg) | Rp 25.000 | Rp 28.000 | Rp 22.000 | Rp 20.000 | Rp 24.000 | Rp 23.000 |
| Buah Naga Merah (kg) | Rp 15.000 | Rp 18.000 | Rp 13.000 | Rp 12.000 | Rp 14.000 | Rp 13.500 |
| Stroberi (kg) | Rp 100.000 | Rp 120.000 | Rp 88.000 | Rp 80.000 | Rp 96.000 | Rp 92.000 |
| Kiwi Hijau (kg) | Rp 80.000 | Rp 100.000 | Rp 75.000 | Rp 60.000 | Rp 85.000 | Rp 75.000 |

Sumber: Hasil Observasi

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa PT Queen Fruit Pekanbaru menetapkan harga yang kompetitif untuk sebagian besar produknya. Meskipun beberapa pesaing menawarkan harga yang lebih murah, terutama Pasar Buah 88

Pekanbaru, PT Queen Fruit Pekanbaru memiliki keunggulan dalam kualitas produk, atmosfer toko yang nyaman, dan aktivitas promosi yang aktif di media sosial. Untuk menjaga dan meningkatkan daya saingnya, PT Queen Fruit Pekanbaru perlu mempertahankan harga yang kompetitif sambil terus meningkatkan layanan pelanggan dan kualitas produk. Strategi lain yang bisa dipertimbangkan adalah memberikan penawaran khusus, seperti diskon musiman atau paket bundling, agar tetap menarik di mata konsumen.

Salah satu fenomena yang mencolok adalah peningkatan kesadaran konsumen terhadap kualitas produk. Banyak pelanggan yang sekarang lebih memilih untuk membeli produk segar dan berkualitas, mendorong PT Queen Fruit Pekanbaru untuk menjaga standar kualitas tinggi. Ini terlihat dari tingginya permintaan terhadap buah, sayuran dan daging yang berkualitas. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk yang mereka beli cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Fenomena lain yang patut dicatat adalah ketergantungan pada media sosial sebagai alat pemasaran. Pelanggan kini lebih sering mencari informasi tentang produk baru dan promo melalui platform digital. PT Queen Fruit Pekanbaru telah memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, menyebarkan informasi, dan membangun komunitas di sekitar merek mereka. Fenomena yang terjadi di PT Queen Fruit Pekanbaru menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Kevin Yudira, dkk (2022) menunjukkan bahwa harga yang kompetitif, kualitas produk yang baik, dan suasana toko yang nyaman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di sektor ritel modern.

Penelitian oleh Mendur, dkk. (2021;54) juga menemukan bahwa kualitas produk dan atmosfer toko menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di toko buah modern. Penelitian ini menekankan bahwa suasana toko yang mendukung, seperti kebersihan, pencahayaan, dan tata letak produk yang rapi, mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan bagi konsumen.

Syarifah (2024;102) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kombinasi antara harga yang wajar, kualitas produk yang sesuai harapan, dan atmosfer toko yang mendukung mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan bukti bahwa perusahaan yang mampu menjaga keseimbangan antara ketiga faktor tersebut akan lebih mampu mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang.

Dinamika preferensi konsumen yang terus berubah juga menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha ritel, termasuk PT Queen Fruit Pekanbaru. Konsumen saat ini tidak hanya menginginkan produk yang berkualitas, tetapi juga pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan sesuai dengan gaya hidup mereka. Strategi pemasaran yang terintegrasi melalui media sosial dan pelayanan

di dalam toko harus selaras agar mampu menciptakan citra merek yang positif di mata pelanggan.

PT Queen Fruit Pekanbaru tampaknya menyadari pentingnya membangun citra dan reputasi melalui pelayanan yang prima dan keterlibatan aktif di media sosial. Interaksi yang responsif dengan pelanggan, penyajian konten yang menarik, serta promosi yang tepat sasaran merupakan langkah-langkah yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan. Strategi ini menjadi sangat penting di tengah persaingan usaha yang semakin ketat dan pilihan produk yang semakin beragam di pasaran.

Penerapan teknologi dalam operasional toko juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penggunaan sistem pembayaran digital, pemesanan online, dan layanan antar ke rumah memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan, terutama bagi mereka yang mengutamakan kenyamanan dan efisiensi waktu. Inovasi-inovasi ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak lagi hanya bergantung pada produk yang ditawarkan, tetapi juga pada kemudahan dan kenyamanan proses transaksi.

Berdasarkan teori, uraian fenomena dan masalah maka peneliti terdorong untuk meneliti lebih lanjut tentang **"Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru"**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan pokok penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru?
4. Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan atmosfer toko secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru?

## 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut diatas, adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan atmosfer toko secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah penulis cantumkan diatas, diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman peneliti tentang teori pemasaran dan perilaku konsumen, serta aplikasinya dalam konteks bisnis nyata.
2. Hasil penelitian dapat memberikan dampak positif bagi PT Queen Fruit Pekanbaru untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan membantu mereka dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.
3. Penelitian ini dapat memberikan efek pada pengembangan teori dan praktik di bidang pemasaran, khususnya dalam konteks retail di daerah yang kurang terjangkau oleh penelitian sebelumnya dan untuk pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya.

## 1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besarnya penulis akan mendeskripsikan secara sistematis struktur dari isi laporan penelitian. Adapun sistematika penulisan ini dibagi kedalam enam (6) bab, yaitu:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, penulis mengungkapkan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

**BAB II : TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan beberapa landasan teori yang akan mendukung dan berkaitan dalam penelitian serta pembahasan. Bab ini akan memaparkan penelitian terdahulu yang mendorong untuk melakukan penelitian selanjutnya.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini memberikan penjelasan tentang tempat penelitian, populasi dan penetapan sampel, jenis data dan sumbernya, metode pengambilan data, dan analisis data yang digunakan.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Penulis akan memberikan profil singkat perusahaan, visi dan misi, deskripsi pekerjaan untuk setiap departemen, dan pelatihan yang telah diberikan dalam bab ini.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis akan mengemukakan tentang pembahasan dari hasil penelitian dan variable-variabel yang ada serta pengujian hipotesisyang telah dilakukan.

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini adalah bab terakhir yang akan berisikan tentang beberapa kesimpulan dari hasil diskusi yang telah dilakukan serta rekomendasi yang mungkin berguna.

# BAB VI

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru. Indikator yang digunakan meliputi tingkat harga, diskon, dan perbandingan harga (Jaya, 2020:22). Pelanggan merasa puas ketika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima, adanya diskon atau potongan harga yang menarik, serta harga yang lebih bersaing dibanding toko lain. Hal ini terbukti dari nilai signifikansi 0,017 < 0,05 yang menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Indikator yang digunakan adalah kualitas fisik, keamanan produk, dan variasi produk (Anggraeni dkk., 2024:72). Buah-buahan yang segar, aman untuk dikonsumsi, dan memiliki variasi pilihan yang banyak meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Nilai signifikansi variabel kualitas produk adalah 0,002 < 0,05, yang berarti kualitas

produk memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan konsumen di Toko Queen Fruit.

3. Atmosfer toko juga terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun indikator yang dianalisis meliputi desain interior, pencahayaan & musik, serta sirkulasi & ruang (Yudira dkk., 2022:15). Lingkungan toko yang bersih, nyaman, pencahayaan yang baik, alunan musik yang menyenangkan, serta pengaturan ruang yang memudahkan konsumen dalam memilih produk memberikan pengalaman berbelanja yang positif. Nilai signifikansi sebesar 0,011 < 0,05 memperkuat kesimpulan bahwa atmosfer toko turut memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.
4. Di antara ketiga variabel independen (harga, kualitas produk, dan atmosfer toko), variabel kualitas produk adalah yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan di PT Queen Fruit Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang paling rendah (0,002) dan nilai koefisien regresi yang paling tinggi dibanding variabel lainnya. Artinya, kualitas buah-buahan yang dijual menjadi penentu utama dalam membentuk persepsi dan loyalitas pelanggan terhadap toko.

## 6.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Saran untuk PT Queen Fruit Pekanbaru

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah atmosfer toko. Oleh karena itu, manajemen Queen Fruit perlu memprioritaskan peningkatan suasana belanja di dalam toko. Beberapa hal yang dapat dilakukan antara lain:

a. Menyesuaikan pencahayaan dan musik di toko. Indikator dengan nilai rata-rata terendah pada variabel atmosfer toko adalah "pencahayaan dan musik yang mendukung kenyamanan berbelanja". Musik yang diputar sebaiknya disesuaikan dengan konteks atau momen, misalnya musik bertema religi saat bulan Ramadan, atau musik ceria saat akhir pekan. Selain itu, pencahayaan harus cukup terang dan merata untuk mendukung kenyamanan memilih produk.
b. Meningkatkan transparansi harga. Indikator harga terendah adalah pada "harga produk di toko ini lebih kompetitif dibandingkan toko lain". Toko disarankan mencantumkan label harga yang jelas dan melakukan peninjauan rutin terhadap strategi harga agar tetap bersaing.
c. Menambah variasi buah yang dijual. Indikator kualitas produk dengan nilai terendah adalah "kelengkapan dan keragaman buah". Queen Fruit dapat menjalin lebih banyak kemitraan dengan pemasok untuk menyediakan buah-buahan langka atau musiman agar menarik lebih banyak pelanggan.

d. Meningkatkan retensi pelanggan. Pada variabel kepuasan pelanggan, indikator "rencana berbelanja kembali" memiliki skor rata-rata terendah. Untuk itu, Queen Fruit dapat mengembangkan program loyalitas seperti kartu member, penawaran diskon untuk pelanggan tetap, serta menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal dan menyenangkan.

2. Saran untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk pengembangan kurikulum dan praktikum yang berorientasi pada pemahaman empiris terhadap perilaku konsumen di sektor ritel modern. Fakultas diharapkan dapat mendorong mahasiswa untuk lebih aktif melakukan penelitian berbasis kebutuhan industri lokal dan studi kasus nyata seperti di PT Queen Fruit Pekanbaru. Selain itu, kegiatan kerja sama dengan UMKM atau retail lokal bisa ditingkatkan sebagai bentuk kontribusi nyata dunia akademik terhadap sektor ekonomi.

3. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya berfokus pada tiga variabel bebas, yaitu harga, kualitas produk, dan atmosfer toko. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel tambahan seperti pelayanan pelanggan, promosi digital, atau pengalaman belanja online. Selain itu, cakupan responden dapat diperluas, misalnya dengan melibatkan pelanggan dari berbagai cabang atau wilayah berbeda untuk memperkaya analisis. Metode analisis kualitatif juga bisa

dipertimbangkan untuk menggali persepsi pelanggan secara lebih mendalam.

# DAFTAR PUSTAKA

**Sumber Buku :**

Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Anggraeni, N. dkk. (2024). Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen. Bandung: Widya Utama Press.

Arikunto, S. (2020). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.

Berman, B., & Evans, J. R. (2001). Retail Management: A Strategic Approach. Prentice Hall.

Hasan, A. (2022). Marketing dan Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Hidayat, R., & Rahman, M. (2020). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sektor Retail. Jakarta: Penerbit Andi.

Kevin Yudira, dkk. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Pelanggan di Ritel Modern. Bandung: Penerbit Deepublish.

Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran (Edisi 15). Jakarta: Erlangga.

Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). Retailing Management. New York: McGraw-Hill.

Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Mendur, R., dkk. (2021). Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui

Kualitas Produk dan Layanan di Industri Retail. Surabaya: Penerbit Erlangga.

Prasetyo, E., & Sari, R. (2021). Manajemen Kepuasan Pelanggan. Yogyakarta: Andi Publisher.

Prasetyo, W., & Sari, T. (2021). Manajemen Retail: Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Melalui Harga, Kualitas, dan Atmosfer Toko. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Purwanto, A. (2021). Manajemen Kualitas. Kencana.

Sari, N., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Pengalaman Belanja Konsumen di Sektor Retail. Semarang: Universitas Diponegoro Press.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku Konsumen (Edisi 7). Jakarta: Indeks.

Setiadi, N. (2021). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Kencana.

_____. (2021). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Jakarta: Kencana.

Setiawan, D., & Lestari, E. (2022). Kualitas Produk dan Hubungannya dengan Kepuasan Pelanggan di Toko Ritel. Malang: Penerbit UMM Press.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2009). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, F. (2021). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Publisher.

_____. (2021). Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Yogyakarta: Andi Publisher.

_____., & Chandra, G. (2020). Strategi Pemasaran. Andi Publisher.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). Pemasaran Jasa:

Integrasi Fokus pada Pelanggan (Edisi 5). Jakarta: Salemba Empat.

**Sumber Jurnal :**

Ahmad, R., & Fitriani, D. (2020). Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Pelanggan di Sektor Retail. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 11(2), 75-90.

Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere pada Kepuasan Pelanggan yang Berimplikasi pada Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ecodemica, 1(2), 249-258.

Anggraeni, T. C., Wahyuningrum, M. Y. A., Wasutiningsih, A., & Aesaigart, A. (2024). Pengaruh store atmosphere dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Coffee Shop Kopi Bajawa Florest NTT Kota Bekasi. JURNAL JAMAN, 4(1), 69–77.

Ambarwati, A., Pangestika, K. L., Firdaus, A. B., & Rahadhini, M. D. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Warung Makan Sekitar Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE), 6(1), 144-149.

Bitner, M. J. (1992). "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees." Journal of Marketing, 56(2), 57–71.

Efendi, N., Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh citra merek, promosi, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen. Jurnal Ekonomi, 28(2), 197–215. https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626.

Hassan, A., Ali, M., & Khan, M. (2022). Exploring the Relationship between Product Quality and Customer Satisfaction in the Retail Sector. International Journal of Retail & Distribution Management, 50(3), 345-360.

Hidayat, R. (2020). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Ritel. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 8(1), 23-34.

Hidayat, S., & Rahman, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14(1), 25-40.

Jaya, H. S. (2020). Pengaruh Atmosfer Toko dan Kesesuaian Harga terhadap Keputusan Pembelian. Diakses dari https://media.neliti.com/media/publications/255086-pengaruh-atmosfer-toko-dan-kesesuaian-ha-83806451.pdf.

Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada usaha Toko Bahan Bangunan Mentari di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. Jurnal EMBA, 10(4), 44–55.

Munira, S. (2016). Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan terhadap Shopping Emotion dan Pembelian Tidak Terencana (Survei terhadap Konsumen Giant Hypermarket Mall Olympic Garden). Jurnal Ilmu Manajemen, 4(3), 1-10.

Nurlaila, I., & Syah, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Inspirasi Kebon Jati Cibinong Bogor. Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, 1(4), 1338-1349.

Nugroho, T. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Pembelian Impulsif. Diakses dari https://media.neliti.com/media/publications/85161-ID-pengaruh-atmosfer-toko-terhadap-pembelia.pdf.

Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Fashion di E-commerce. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 15(2), 45-59.

_____., & Sari, D. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12(1), 45-60.

Sari, D. (2022). Dampak Diskon Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Masa Pandemi. Jurnal Pemasaran dan Bisnis, 10(1), 10-20.

Sari, N., & Nugroho, H. (2021). Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus di Toko Modern. Jurnal Riset Manajemen, 15(1), 55-70.

Sari, R., Prabowo, H., & Setiawan, A. (2020). The Role of Customer Satisfaction in Building Brand Loyalty: Evidence from the Food and Beverage Industry. Journal of Food Products Marketing, 26(5), 423-440.

Suryanti, dkk. (2022). Pengaruh kualitas, pelayanan, harga dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Jakarta). Universitas Negeri Jakarta.

Setiawan, J., & Lestari, Y. (2022). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Retail. Jurnal Pemasaran, 10(3), 100-115.

Syarifah, K., & Sutrisna, E. (2024). Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Leng Coffee, Pekanbaru. Ekonomis: Journal of Economics and Business, 8(2), 1143–1150. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1610

Tumbuan, R. R., Parengkuan, T., & Tumbuan, W. J. F. A. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Berbelanja di UD. Cahaya Lestari Tateli Tiga. Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia, 15(1), 18-26.

Yudira, K., Nofirda, F. A., & Hardilawati, W. L. (2022). Pengaruh store atmosphere, quality product, dan harga terhadap minat beli di Pasar Buah Sudirman Kota Pekanbaru. Economics, Accounting and Business Journal, 2(1), 15–26.