

**PENGARUH PENETAPAN PROMOSI, DAN SUASANA TOKO  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOCIAL MEDIA  
CAFE JAKARTA**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

Disusun Oleh  
**Vicsel Imanuel Tanjung**  
**115170263**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH PENETAPAN PROMOSI, DAN SUASANA TOKO  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOCIAL MEDIA  
CAFE JAKARTA**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

Disusun Oleh

**Vicsel Imanuel Tanjung**

**115170263**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**2021**

# SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : Vicsel Imanuel Tanjung  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115170263  
Program Studi : S1 Manajemen  
Alamat : Jl. Simponi Mas 1 Blok B1/13  
Kelapa Gading – Jakarta Utara  
Telp: - \_\_\_\_\_  
HP: 08388837777

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 20 Januari 2022

Vicsel Imanuel Tanjung

### Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

## HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

### HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Vicsel Imanuel Tanjung  
N.P.M : 115170263  
PROGRAM/JURUSAN : S1 / Manajemen Bisnis  
KONSENTRASI : Kewirausahaan  
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH PENETAPAN PROMOSI, DAN SUASANA  
TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOCIAL  
MEDIA CAFE JAKARTA**

Jakarta, 19 Januari 2022

Pembimbing



(Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.)

# HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

---

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vicsel Imanuel Tanjung  
NIM : 115170263  
Program Studi : S1 MANAJEMEN

### **Judul Skripsi**

Pengaruh Penetapan Promosi dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen  
Social Media Cafe Jakarta

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 27 Januari 2022 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M.
2. Anggota : Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.
3. Anggota : Ida Puspitowati, S.E., M.E.

Jakarta, Januari 2022

Pembimbing



(Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.)

## **ABSTRACT**

**TARUMANAGARA UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**  
**JAKARTA**

- (A) VICSEL IMANUEL TANJUNG (115170263)
- (B) *THE EFFECT OF PROMOTION DETERMINATION AND STORE ATTEMPT ON CONSUMER SATISFACTION OF SOCIAL MEDIA CAFE JAKARTA*
- (C) *xvi + 67 Pages, 2022, 24 Tables, 3 Pictures, 5 Attachment.*
- (D) *ENTREPRENEURSHIP*
- (E) *Abstract: The purpose of this study was to determine the effect of promotion determination and store atmosphere on consumer satisfaction at Social Media Cafe Jakarta. The number of samples used in this study were 116 respondents and distributed via a google form link. This research uses descriptive study method with cross-sectional studies method which is compiled into a questionnaire. This research uses smartPLS. From the results of the study, it can be concluded that the promotion and store atmosphere have a positive and significant effect on consumer satisfaction at Social Media Cafe Jakarta.*
- (F) *References 36 (1973-2021)*
- (G) LYDIAWATI SOELAIMAN, S.T., M.M.

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

- (A) VICSEL IMANUEL TANJUNG (115170263)
- (B) PENGARUH PENETAPAN PROMOSI, DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOCIAL MEDIA CAFE JAKARTA
- (C) xvi + 67 Halaman, 2022, 24 Tabel, 3 Gambar, 5 Lampiran
- (D) KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan promosi dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen Social Media Cafe Jakarta. Jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 116 responden dan disebarakan melalui tautan *google form*. Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif dengan metode *Cross-sectional studies* yang disusun menjadi kuesioner. Penelitian ini menggunakan *smartPLS*. Dari hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa penetapan promosi dan suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Social Media Cafe Jakarta.
- (F) Daftar Acuan 36 (1973 – 2021)
- (G) LYDIAWATI SOELAIMAN, S.T., M.M.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya karena telah menyertai saya dalam penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan, dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dan berjalan secara lancar, yaitu kepada:

1. Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, motivasi, serta pengarahan untuk membimbing dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M., selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Ibu Ida Puspitowati, S.E., M.E. dan Ibu Lidyawati Soelaiman, S.T., M.M., selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M., Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M., dan Ibu Ida Puspitowati, S.E., M.E., selaku tim penguji



8. Segenap Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
9. Tentunya kepada orang tua saya yaitu Victor Abraham dan Silvia Khoeway, yang selalu memberikan semangat, dukungan moril, materil dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada saudara kandung saya Vicia Manuela dan Vivia Imanuela yang telah membantu dan memberikan dukungan serta doa untuk penulis.
11. Kepada calon istri saya Michelle Gunawan yang selalu mendukung dalam berbagai situasi dan mendukung dalam doa.
12. Kepada seluruh anggota gereja JHCC, GSCC, SMC yang selalu mendukung dalam doa
13. Kepada seluruh karyawan Social Media Cafe, yang selalu mendukung tenaga dan doa kepada penulis.
14. Kepada Pippo, William, Viny, Vero, Ricco, Peter, Kiel, Clara, Evie, Ola, Agnes, Frandy, Jose, Hans, Glen, Riski, Haris, Benny, Helen, Lisia, Ressia, Jessica, Igen, Daniel, Ucup, Yoza, Noldy, Ko Mike dan pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang diberikan pembaca akan sangat membantu penulis. Semoga melalui skripsi ini pembaca mendapatkan suatu hal yang bermanfaat.

Jakarta, 19 Januari 2022

Penulis,

Vicsel Imanuel Tanjung

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| COVER.....                               | i    |
| SURAT PERNYATAAN .....                   | ii   |
| HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....   | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....         | iv   |
| <i>ABSTRACT</i> .....                    | v    |
| ABSTRAK.....                             | vi   |
| HALAMAN MOTTO.....                       | vii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                | viii |
| KATA PENGANTAR .....                     | ix   |
| DAFTAR ISI.....                          | xi   |
| DAFTAR TABEL.....                        | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR.....                       | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                     | xvi  |
| BAB I.....                               | 1    |
| PENDAHULUAN .....                        | 1    |
| A.    Permasalahan.....                  | 1    |
| 1.    Latar Belakang .....               | 1    |
| 2.    Identifikasi Masalah .....         | 3    |
| 3.    Batasan Masalah.....               | 3    |
| 4.    Rumusan Masalah .....              | 4    |
| B.    Tujuan dan Manfaat .....           | 4    |
| 1.    Tujuan.....                        | 4    |
| 2.    Manfaat.....                       | 4    |
| BAB II LANDASAN TEORI.....               | 5    |
| A.    Gambaran Umum Teori .....          | 5    |
| 1.    Promosi.....                       | 5    |
| 2.    Suasana Toko.....                  | 6    |
| B.    Definisi Konseptual Variabel ..... | 7    |
| 1.    Promosi.....                       | 7    |
| 2.    Suasana Toko.....                  | 8    |

|   |    |
|---|----|
| 3. Kepuasan Konsumen .....                                      | 8  |
| C.    Kaitan Antar Variabel .....                               | 9  |
| 1. Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....                      | 9  |
| 2. Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen .....                | 10 |
| D. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....                       | 10 |
| BAB III .....   | 12 |
| METODE PENELITIAN .....   | 12 |
| A.    Desain Penelitian.....                                    | 12 |
| B.    Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel..... | 12 |
| C.    Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....              | 13 |
| 1. Promosi.....   | 14 |
| 2. Suasana Toko.....  | 15 |
| 3. Kepuasan Konsumen .....                                      | 16 |
| D.    Analisis Validitas dan Realibilitas .....                 | 17 |
| 1. Uji Validitas.....   | 17 |
| 2. Uji Reliabilitas.....  | 19 |
| E.    Analisis Data.....  | 20 |
| 1. Pengujian Inner Model .....                                  | 20 |
| BAB IV .....  | 22 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                           | 22 |
| A.    Deskripsi Subjek Penelitian .....                         | 22 |
| 1. Jenis Kelamin .....  | 22 |
| 2. Usia.....  | 22 |
| 3. Pekerjaan .....  | 23 |
| 4. Pendapatan Dalam 1 Bulan .....                               | 24 |
| 5. Domisili .....   | 24 |
| 6. Kunjungan Dalam 6 Bulan Terakhir .....                       | 25 |
| 7. Mengetahui Social Media Cafe .....                           | 26 |
| B.    Deskripsi Objek Penelitian.....                           | 26 |
| 1. Promosi.....   | 26 |
| 2. Suasana Toko.....  | 28 |
| 3. Kepuasan Konsumen .....                                      | 29 |
| C.    Hasil Analisi Data .....                                  | 30 |
| 1. Koefisian Determinan ( $R^2$ ).....                          | 31 |

|   |    |
|---|----|
| 2. Uji Pengukuran Q-Square ( $Q^2$ )..... | 31 |
| 3. Path Coefficient .....                 | 32 |
| 4. Uji Goodness of Fit / GoF .....        | 33 |
| 5. Uji Effect Size ( $f^2$ ) .....        | 34 |
| 6. Hasil Uji Hipotesis .....              | 35 |
| D. Pembahasan.....                        | 36 |
| BAB V .....                               | 38 |
| KESIMPULAN DAN SARAN .....                | 38 |
| A. Kesimpulan .....                       | 38 |
| B. Saran.....                             | 38 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                      | 40 |
| LAMPIRAN.....                             | 44 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....                | 66 |
| TURNITIN.....                             | 67 |

## DAFTAR PUSTAKA

- Aghnia Banat, H. W. (2012). Store Design and Store Atmosphere Effect on Customer Sales per Visit. *2nd International Conference on Business, Economics, Management and Behavioral Sciences*.
- Alarcón, D., & Sánchez, J. A. (2015). Convergent Validity With Average Variance Extracted. *Spanish STATA* . Spain: Universidad Pablo de Olavide.
- Anderson, S., & Sin, L. G. (2020). The Influence of Store Atmosphere on Purchasing Decisions and Customer Satisfaction: A Case Study at the Pacific Restaurant, Blitar. *Journal of The Community Development in Asia*.
- Arpita Khare, S. S. (2019). Influence of culture, price perception and mall promotions on Indian consumers' commitment towards malls. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Ashworth, L., & Bourassa, M. A. (2020). Inferred Respect: A Critical Ingredient In Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*.
- Eko Bayu Prasetyo, S. F. (2019). The Effect of Discount Price on Purchasing Intentions Through Consumer's Perceived Risk in the Flash Sale Program at Shopee. *Advances in Economics, Business and Management Research, volume 124*.
- Elkhani, N., & Bakri, A. B. (2012). Review On "Expectancy Disconfirmation Theory" (Edt) Model In B2c E-Commerce . *Journal Of Research And Innovation In Information Systems*.
- Fauzi, R. U. (2019). The Role Of Free Wireless Fidelity (WI-FI) Service, Food Quality, And Servicescape Toward Customer Satisfaction. *Asian Journal of Social Science Research*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Tingle, C. M., & Sartetd, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE.

- Henseler, J. (2007). A New and Simple Approach to Multi-Group Analysis in Partial Least Squares Path Modeling.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0.*
- Jahanshahi., A. A. (2011). Study the Effect of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science.*
- Jannah, R., Mappatomp, A., & Haanurat, I. (2016). The Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction and Its impact on Customer Loyalty PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia. . *Jurnal Dinamika Manajemen.*
- Kaihatu, T. S. (2008). Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza tunjungan Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.*
- Kotler, P. (1973). Atmospheric as a Marketing Tool. *School of Management Evanstone Illinois*, 51.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Amstrong, G. (2005). *Principles of Marketing.* Prentice Hall.
- Kotler., P. (1973). Atmospheric as a Marketing Tool. *School of Management Evanstone Illinois.*
- Kwan., O. G. (2016). Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran.*
- Miswanto, & Angelia, Y. R. (2017). The Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN.*
- Mohamad Dimiyati, N. A. (2016). Impact of Service Quality, Price, and Brand on Loyalty with the mediation of Customer Satisfaction on Pos Ekspres in East Java. *Mediterranean Journal of Social Sciences.*

- Natawijaya, S. A., & Keni. (2018). Pengaruh Customer Perceived Value , Service Quality, dan Physical Environment terhadap Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Menejemen Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Rahman, H. A., & Sitio, A. (2019). The Effect Of Promotion And Product Quality Through Purchase Decision On The Customer Satisfaction Of Bohemian Project.Id Products. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*.
- Resti Meldarianda, H. L. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Robby Selestio, A. T. (2016). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Strategi Promosi Penjualan, Brand Positioning, dan Perceived Quality Yang Dipengaruhi Oleh Celebrity Endorser Dan Inovasi Produk. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 142.
- Saebani, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Batik Dinar Hadi Surakarta. *JKB No. 18. Juni*, 16.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. WILEY.
- Sidharta, E. L., & Keni. (2015). Pengaruh Service Fairness, Empathy dan Physical Environment terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen/Volume XIX*.
- Singh, H. (2006). The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and Retention. *UCTI*.
- Sivadas, E., & Baker-Prewitt, J. L. (2000). An Examination of The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction, and Store Loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Soebandhi, S., Wahid, A., & Darmawanti, I. (2020). Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction and Repurchase Intention . *Bisnis dan Manajemen*.
- Supranto, J. &. (2019). *Petunjuk praktis penelitian ilmiah untuk menyusun skripsi, tesis, dan disertasi*. Bogor: Mitra Wacana Media.

- Suwandi., Y. (2020). The Influence of Quality of Distribution and Sales Promotion to Customer Satisfaction in PT Arasindo. *Journal Of Management and Business Environment*.
- Vrechopoulos, A. P. (2010). Who Controls Store Atmosphere Customization in Electronic Retailing. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal* .
- Wong, K. K. (2019). *Mastering Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. iUniverse.



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama : Vicsel Imanuel Tanjung  
Tempat/ Tanggal Lahir : Ambon, 20 Februari 1998  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Kristen  
Alamat : Jl. Simponi Mas 1 Blok B1 / 13  
Telepon : 08388837777

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

2017 - 2022 : Universitas Tarumanagara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan  
Manajemen, Jakarta  
2014 - 2017 : SMA Donbosco 1, Jakarta  
2011 - 2014 : SMP Donbosco 1, Jakarta  
2005 - 2011 : SD Donbosco 1, Jakarta

# TURNITIN

1/19/22, 11:37 AM

Turnitin

## Turnitin Originality Report

Processed on: 19-Jan-2022 11:35 WIB  
ID: 1743951993  
Word Count: 6777  
Submitted: 1

PENGARUH PENETAPAN PROMOSI, DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOCIAL MEDIA CAFE JAKARTA By Sm Vicsel Imanuel Tanjung

  
(Lerbin R. Aritonang R.)  
Manajemen Litbang FE UNTAR

Similarity Index  
**10%**

Similarity by Source  
Internet Sources: 10%  
Publications: 3%  
Student Papers: N/A

2% match (Internet from 28-Oct-2021)

[http://repository.untar.ac.id/13275/1/bukti%20penelitian\\_10108013\\_10A112206.pdf](http://repository.untar.ac.id/13275/1/bukti%20penelitian_10108013_10A112206.pdf)

1% match (Internet from 04-Oct-2020)

<https://text-id.123dok.com/document/dxx431wy-gangguan-efektivitas-iklan-televisi-es-krim-wall-s-magnum-terhadap-mahasiswa-program-diploma-ipb-menggunakan-model-persamaan-struktural.html>

1% match (Internet from 30-Apr-2021)

<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/559/11/Bab%20III%20skripsi%20Raymond%20Hartawan.docx>

1% match (Internet from 10-Nov-2021)

<https://accurate.id/marketing-manajemen/promosi-penjualan/>

1% match (Internet from 11-Dec-2020)

<https://bigbooks.fleecit.com/f-2878-STATISTIKA>

1% match (Internet from 24-Nov-2021)

<https://journal.untar.ac.id/index.php/IMDK/article/download/13154/8040>

1% match (Internet from 13-Apr-2021)

<https://www.coursehero.com/file/q53slbk6/Berikut-ini-adalah-contoh-di-mana-penelitian-eksplorasi-akan-diperlukan/>

1% match (Internet from 19-Apr-2019)

<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/download/14242/10834>

1% match (Internet from 12-Nov-2020)

<http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/8639/2/SKRIPSI%20RIKA%20SARI%20N%282%29.pdf>

1% match (Internet from 15-Sep-2021)

<https://123dok.com/document/gprx747q-1-isa-chapter.html>

1% match (Internet from 31-Jan-2021)

[http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/RS1\\_2019\\_1\\_1127\\_1901479820\\_1901483944\\_1901498050\\_Bab2.p](http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/RS1_2019_1_1127_1901479820_1901483944_1901498050_Bab2.p)

1% match (Internet from 17-Nov-2021)

[http://wisuda.unissula.ac.id/app/webroot/img/library/detail79/S1%20Manajemen\\_30401612321\\_fulldoc.docx](http://wisuda.unissula.ac.id/app/webroot/img/library/detail79/S1%20Manajemen_30401612321_fulldoc.docx)

1% match (Internet from 01-Aug-2020)

[https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/17203/05\\_3%20bab%203.pdf?isAllowed=y&sequence=9](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/17203/05_3%20bab%203.pdf?isAllowed=y&sequence=9)

1% match (Internet from 03-Sep-2021)

[http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/digital/0000000000000094452/2018\\_TA\\_AK\\_023122009\\_Bab-3.pdf](http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/digital/0000000000000094452/2018_TA_AK_023122009_Bab-3.pdf)

PENGARUH PENETAPAN PROMOSI, DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOCIAL MEDIA CAFE JAKARTA Disusun Oleh Vicsel Imanuel Tanjung 115170263 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021 BAB I PENDAHULUAN A. Permasalahan 1. Latar Belakang Pada era pandemi saat ini, persaingan dalam bidang usaha kuliner sangatlah ketat. Setiap pengusaha kuliner berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen baik dari sisi makanan itu sendiri maupun tempat yang kondusif, guna menciptakan kepuasan dan meningkatkan loyalitas dari konsumen. Beberapa tahun terakhir ini, banyak pengusaha mencoba untuk mendirikan cafe untuk mengikuti tren yang ada di masyarakat kota besar seperti Jakarta. Cafe sudah menjadi tren sendiri bagi masyarakat metropolitan untuk melakukan berbagai aktivitas seperti bekerja, mengadakan pertemuan, reuni dan sebagainya sambil menikmati menu dan suasana di cafe. Tidak heran jika jumlah cafe di Jakarta turut berkembang pesat. Pelaku usaha cafe di Jakarta perlu melakukan strategi agar mampu memiliki daya saing karena semakin menjamurnya cafe di Jakarta dengan berbagai jenis keunggulan dan saling berlomba untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Kepuasan pelanggan merupakan

[https://www.turnitin.com/newreport\\_printview.asp?eq=1&eb=1&esm=1&oid=1743951993&sid=0&n=0&m=2&svr=34&r=45.72579870440667&lan...](https://www.turnitin.com/newreport_printview.asp?eq=1&eb=1&esm=1&oid=1743951993&sid=0&n=0&m=2&svr=34&r=45.72579870440667&lan...) 1/8