

**PENGARUH ATMOSFER TEMPAT, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
NOBU BISTRO PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

**Wahyuni Ningsih Ratna Sari
NPM 2101110175**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2025**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Wahyuni Ningsih Ratna Sari
Nomor Pokok/Npm : 2101110175
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Atmosfer Tempat, Harga, dan promosi,
Terhadap Kepuasan Pelanggan di Nobu Bistro Palembang

Pembimbing Skripsi

Tanggal 26-8-2025 Pembimbing I : Amrillah Azrin, SE., MM
NIDN : 0203026201

Tanggal 26-8-2025 Pembimbing II : Syahyuni, SE., MM
NIDN : 0226106101

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal 26-8-2025

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal 26-8-2025



Dr. Hj. Msy. Mikial., SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN: 0205026401

Tanda tangan tangan Ketua Prodi Manajemen.

Dr. Yolanda Veybitha, SE. M. Si
NIDN: 0222096301

/PS/DFEB/

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyuni Ningsih Ratna Sari
Nomor Pokok/Npm : 2101110175
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Atmosfer Tempat, Harga, dan promosi,
Terhadap Kepuasan Pelanggan di Nobu Bistro Palembang

Penguji Skripsi

Tanggal 26-8-2025 Ketua penguji : Amrillah Azrin, SE., MM
NIDN : 0203026201

Tanggal 26-8-2025 Pembimbing I : Syahrini, SE., MM
NIDN : 0226106101

Tanggal 26-8-2025 Pembimbing II : M. Said SE. M.Si
NIDN : 0217046401

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tanggal 26-8-2025



Dr. Hj. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 26-8-2025

Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si
NIDN: 0222096301

/PS/DFEB/

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Bukan karena Hidup Ini Mudah Aku Tetap Berdiri, Tetapi Karena Aku Memilih
Untuk Tidak Menyerah Meski Semua Terasa Berat”.

“Allah Tidak Akan Membebani Seseorang Melainkan Sesuai Dengan
Kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah: 286)

Kupersembahkan kepada:

-  Orang tua dan adikku tercinta
-  Dosen pembimbing
-  Sahabat-sahabatku
-  Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wahyuni Ningsih Ratna Sari
Nomor Pokok : 2101110175
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Atmosfer Tempat, Harga dan Promosi
Terhadap Kepuasan Pelanggan di Nobu Bistro
Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan konsekuensinya.

Palembang, 21 Agustus 2025
Penulis



Wahyuni Ningsih Ratna Sari

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal ini yang berjudul **"Pengaruh Atmosfer Tempat, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Nobu Bistro Palembang"**. Adapun tujuan dari penulisan proposal ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi program sarjana Strata1 (satu) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Peneliti menyadari masih terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Namun, peneliti sangat bersyukur karna dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu,pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE,M.S Selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE. MSI, AK,CA,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Yolanda Vebytha, SE. MM Selaku Ketua Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Bapak Amrillah Azrin SE.,MM Selaku dosen pembimbing Utama yang dengan penuh kesabaran dan dedikasi memberikan arahan, masukan, dan bimbingan kepada penulis
5. Ibu Syahyuni SE., MM Selaku dosen pembimbing II yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini sehingga dapat selesai tepat pada waktunya.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis atas ilmu yang telah diberikan selama masa studi di Fakultas Ekonomi.

7. Kepada Owner dan Karyawan Nobu Bistro Palembang Atas izin, data, dan kerjasama yang telah diberikan dalam mendukung penelitian ini.
8. Yang paling utama Kepada Kedua Orang Tua Tercinta Bapak Syamsudin Dan Ibu Masjidah yang telah memberikan cinta, doa, dan dukungan moral maupun materi, serta menjadi sumber kekuatan dan semangat dalam setiap langkah hidup penulis dan mampu bertahan menyelesaikan pendidikan ini meskipun dalam keterbatasan dan jarak yang memisahkan.
9. Untuk adikku Tersayang Junaidi Rahmat Tullah Syamsudin Terimakasih untuk terus menguatkan ditengah lelah, Kehadiranmu menjadi pengingat bahwa aku tidak sendirian dalam perjuangan ini, kakak berharap keberhasilan ini juga menjadi motivasi bagimu untuk terus belajar, tumbuh dan bermimpi lebih tinggi.
10. Untuk Syafiq Muntashir Irawan, yang telah menemani sejak awal perjalanan dimulai, sebelum masa kuliah hingga akhir perjuangan ini. Terimakasih atas segala bentuk dukungan, semangat, serta kasih sayang yang tulus. Dalam masa-masa sulit diperantauan telah menjadi penopang semangat yang tak ternilai. Terimakasih telah menjadi pasangan, teman, dan penguat selama masa studi ini.
11. Dan untuk Sahabatku Claudia Dwi Mezi Yani, Terimakasih atas kebersamaan, tawa, dukungan yang setia menemani. Dalam suka dan duka yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan, Terimakasih telah menjadi pelipur lara ditengah kerasnya hidup anak rantau, menjadi tempat berbagi dan saling menguatkan hingga skripsi ini selesai.
12. Terimakasih Kepada teman teman se-Almamater yang sangat saya banggakan, dan pihak pihak lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat atas amalan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Palembang, 8 Mei 2025

Peneliti

Wahyuni Ningsih Ratnasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Kajian Teoritis	7
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	7
2.1.1.1 Pengertian kepuasan pelanggan.....	7
2.1.1.2 Faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.....	8
2.1.1.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	9
2.1.1.5 Dimensi Dan Indikator Kepuasan Pelanggan	10
2.1.2 Atmosfer Tempat	11
2.1.2.1 Pengertian Atmosfer Tempat (<i>store atmosphere</i>)	11
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi atmosfer tempat.....	12
2.1.2.3 Tujuan Atmosfer Tempat	13
2.1.2.4 Dimensi Dan Indikator Atmosfer Tempat.....	14
2.1.3 Harga.....	18

2.1.3.1 Pengertian Harga	18
2.1.3.2 Faktor faktor yang mempengaruhi penetapan harga	19
2.1.3.3 Strategi Penetapan Harga	20
2.1.3.4 Dimensi Dan Indikator Harga	21
2.1.4 Promosi	22
2.1.4.1 Pengertian Promosi	22
2.1.4.2 Faktor Faktor yang mempengaruhi Promosi.....	23
2.1.4.3 Tujuan Promosi	25
2.1.4.4 Bauran Promosi.....	26
2.1.4.5 Dimensi Dan Indikator Promosi	27
2.2 Penelitian Yang Relevan	29
2.3 Kerangka Berpikir	31
2.4 Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Tempat Dan Waktu	34
3.1.1 Tempat Penelitian	34
3.1.2 Waktu Penelitian.....	34
3.2 Teknik dan Sumber Pengumpulan Data	35
3.2.1 Sumber Data	35
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling.....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel dan Sampling.....	37
3.4 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.5 Instrumen Penelitian.....	43
3.5.1 Uji Validitas	44
3.5.2 Uji Reliabilitas	44
3.6 Uji Asumsi Klasik	45
3.6.1 Uji Normalitas	45

3.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.6.3 Uji Multikolineritas.....	46
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.7.1 Regresi Linier Berganda	47
3.7.2 Koefisien Korelasi	48
3.7.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	49
3.8 Uji Hipotesis.....	50
3.8.1 Uji Secara Simultan (Uji F).....	50
3.8.2 Uji parsial (Uji T)	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Sejarah	54
4.1.1 Sejarah Singkat Nobu Bistro	54
4.1.2 Lokasi Dan Kontak Perusahaan	55
4.1.3 Visi dan Misi.....	56
4.1.4 Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas	56
4.1.5 Pembagian Tugas	57
4.1.6 Logo Perusahaan.....	59
4.2 Pembahasan	60
4.2.1 Karakteristik Responden.....	60
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.3 Hasil Instrumen Penelitian	61
4.3.1 Hasil Uji Validitas	61
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
4.4 Teknik Analisis Data	66
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	66
4.4.1.1 Hasil Uji Normalitas	66
4.4.1.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
4.4.1.3 Hasil Uji Multikolineritas	68
4.4.1.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.4.1.5 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	70

4.4.1.6 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	72
4.4.1.8 Hasil Uji F (Simultan).....	73
4.4.1.9 Uji t (Parsial)	74
4.5 Pembahasan	77
4.5.1 Pengaruh Atmosfer Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Nobu Bistro Palembang	77
4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Nobu Bistro Palembang	77
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Nobu Bistro Palembang	78
4.5.4 Pengaruh Atmosfer Tempat, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Nobu Bistro Palembang.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	7

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung Nobu Bistro Palembang (periode september- desember 2024)	2
Tabel 2.1	Penelitian Yang Relevan	28
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	32
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.3	Penentuan skor menggunakan skala likert	43
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Atmosfer Tempat(X_1)	61
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	62
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_3)	63
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	63
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolonieritas	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda	68
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Korelasi (r)	69
Tabel 4.13	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R_2)	71
Tabel 4.14	Hasil Uji F	72
Tabel 4.15	Hasil Uji t	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Nobu Bistro Palembang	46
Gambar 4.2	Logo Nobu Bistro	59

ABSTRAK

Wahyuni Ningsih Ratna Sari, Pengaruh Atmosfer Tempat, Harga, dan promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Nobu Bistro Palembang. (Di bawah bimbingan Bapak Amrillah Azrin SE.,MM dan Ibu Syahyuni SE.,MM).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh Atmosfer Tempat, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Nobu Bistro Palembang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel random. Sampel random yaitu dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi (pelanggan) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dengan menggunakan kuisioner. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji simultan (F) dan uji parsial (t) dengan menggunakan SPSS 25.0

Berdasarkan hasil analisa terhadap uji F maka diperoleh nilai signifikan F ($0,000 < 0,05$) sehingga variabel atmosfer tempat, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan uji t maka diperoleh secara parsial dari hasil variabel atmosfer tempat (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, variabel promosi (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi atau Adjusted R square (R_2) yang diperoleh sebesar 0,781. Variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel atmosfer tempat, harga, dan promosi yang diperoleh 21,9%, dapat dilihat dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Atmosfer Tempat, Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Wahyuni Ningsih Ratna Sari, The Influence of Atmosphere, Price, and Promotion on Customer Satisfaction at Nobu Bistro Palembang. (Under the supervision of Mr. Amrillah Azrin, SE., MM and Mrs. Syahyuni, SE., MM).

This study aims to determine the influence of atmosphere, price, and promotion on customer satisfaction at Nobu Bistro Palembang. The sample in this study was determined using a simple random sampling technique, where each member of the population (customers) had an equal opportunity to be selected as a sample, without considering strata within the population. The type of data used is primary data collected through questionnaires. The analysis method used is multiple linear regression. Data analysis techniques include multiple linear regression analysis, classical assumption tests, correlation coefficient, of determination, simultaneous test (F-test), and partial test (t-test) using SPSS version 25.0.

Based on the results of the F-test, the significance value obtained was F ($0.000 < 0.05$), indicating that the variables of atmosphere, price, and promotion simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, the t-test results showed that partially, the atmosphere variable (X_1), the price variable (X_2), and the promotion variable (X_3) each have a significant influence on customer satisfaction.

The coefficient of determination or Adjusted R Square (R^2) obtained is 0.781, meaning that customer satisfaction can be explained by the variables of atmosphere, price, and promotion by 78.1%, while the remaining 21.9% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Atmosphere, Price, Promotion, Customer Satisfaction.

RIWAYAT HIDUP

Wahyuni Ningsih Ratnasari, dilahirkan di Sungailiat Bangka pada tanggal 11 Januari 2002 merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Syamsudin dan Ibu Masjidah .

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2013 di SD Negeri 18 Belinyu, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2016 di SMP Negeri 3 Belinyu, Dan Sekolah Menengah Kejuruan diselesaikan pada tahun 2019 di SMK Arinda Palembang, Pada tahun 2021 memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, Juli 2025

WNR

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi jumlah merek dan produk yang bersaing dalam pasar sangat banyak menyebabkan adanya persaingan usaha, dimana hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk berusaha memberikan kepuasan pada pelanggan melalui pelayanan yang baik. Salah satu bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis kafe dan restoran yang mengusung konsep *casual dining* dengan nuansa tempat yang nyaman ditengah ramainya tempat makan baru, kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan keberhasilan dalam suatu usaha kuliner. Bisnis kafe terus bertumbuh setiap tahunnya dikisaran 15-20%. Jumlah ini membuktikan jika pasar industri ini masih cukup besar sehingga banyak pelaku usaha yang terjun ke dunia tersebut, persaingan dunia usaha menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman. Inovasi dilakukan untuk menjaga produk dan jasa agar tetap diterima oleh pasar pelaku usaha dituntut untuk memiliki kepekaan disetiap perubahan. Namun dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pentingnya pelaku usaha untuk memahami faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. sebagai landasan awal, berikut adalah data jumlah pengunjung Nobu Bistro Palembang selama 3 bulan terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Nobu Bistro Palembang
(periode september-desember 2024)

Rentang Usia	Jumlah Pengunjung	Persentase
< 20 tahun	1.000	13,9%
20 - 29 tahun	3.600	50,0%
30 - 39 tahun	1.800	25,0%
>40 tahun	800	11,1%
Total	7.200	100%

Berdasarkan tabel diatas dilihat bahwa sebagian besar pengunjung berasal dari usia produktif dan milenial (20-29 tahun) yang cenderung memiliki preferensi tethadap tempat makanan dengan suasana nyaman,harga kompetitif dan promosi yang aktif dimedia sosial.

Nobu bistro merupakan salah satu restoran jepang terkemuka di Palembang yang telah menjadi favorit sejak didirikan pada tahun 2011. Terletak dijalan Sumpah Pemuda, restoran ini dikenal sebagai pelopor kuliner Jepang di kota Palembang yang telah memanfaatkan kepopularitasannya selama lebih dari satu dekade. tempat makan yang cukup dikenal dikalangan anak muda dan pekerja profesional karena mengusung konsep desain interior minimalis modern dengan sentuhan Jepang yang nyaman dan luas menjadikannya tempat yang ideal untuk bersantap dan bersosialiasi,

Nobu Bistro menyajikan menu yang variatif, Seperti hidangan khas Jepang selain itu juga tersedia menu Western Seperti Wagyu steak dan Spaghetti serta masakan Nusantara memberikan variasi pilihan bagi para pengunjung.

Salah satu fenomena yang sering dikeluhkan pelanggan di Nobu Bistro Palembang adalah lahan parkir yang sempit, yang menyebabkan ketidaknyamanan terutama saat jam makan siang atau akhir pekan. Meskipun interior restoran nyaman dan pelayanannya baik, keterbatasan fasilitas parkir dapat menjadi hambatan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa aspek fisik dari atmosfer tempat, termasuk kemudahan akses dan kenyamanan area luar restoran, memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain atmosfer tempat, harga juga menjadi pertimbangan penting. Beberapa pelanggan menyampaikan harga di Nobu Bistro cenderung lebih tinggi dibandingkan restoran sejenis. Harga yang dianggap mahal ini menimbulkan persepsi bahwa apa yang mereka bayar tidak sebanding dengan porsi atau kualitas yang diterima. Terutama jika tidak diimbangi dengan Pelayanan yang memuaskan. Jika persepsi ini tidak dikelola dengan baik maka dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan menurunkan minat berkunjung kembali.

Selain itu, Dari aspek Promosi yang dilakukan kurang sesuai dan tidak konsisten dengan yang terjadi dilapangan, Pelanggan mengeluhkan informasi diskon yang tidak jelas, atau syarat dan ketentuannya tidak dijelaskan secara rinci saat pertama kali dipublikasikan, Akibatnya pelanggan kecewa karena merasa tidak mendapatkan manfaat promosi seperti yang diterapkan.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting bagi keberhasilan sebuah bisnis restoran. Pelanggan yang puas tidak hanya berpotensi untuk kembali, tetapi juga cenderung merekomendasikan restoran kepada orang lain. Oleh karena itu, penting bagi pihak manajemen Nobu Bistro untuk memahami seberapa besar pengaruh atmosfer tempat (termasuk fasilitas pendukung seperti parkir), harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **‘Pengaruh Atmosfer Tempat, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Nobu Bistro Palembang’**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan diatas maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Atmosfer Tempat, Harga, dan Promosi secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Nobu Bistro Palembang?
2. Apakah ada pengaruh Atmosfer tempat secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Nobu Bistro Palembang?
3. Apakah ada pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Nobu Bistro Palembang?
4. Apakah ada pengaruh Promosi secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Nobu Bistro Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dicapai adalah untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh atmosfer tempat, harga dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Nobu Bistro Palembang
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh atmosfer tempat secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Nobu Bistro Palembang
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Nobu Bistro Palembang
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Nobu Bistro Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran jasa dan perilaku konsumen. Hasil Penelitian ini dapat menjadi referensi atau landasan teoritis bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam dunia kuliner, Khususnya restoran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis, Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah bekal wawasan baik teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dengan realita yang ada.

- b. Bagi Perusahaan, Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor seperti Atmosfer Tempat, Harga, dan Promosi yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, Sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.
- c. Bagi Akademik, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umum dapat dapat memberikan pengetahuan lebih tentang Atmosfer Tempat, Harga, Promosi dan Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alya Nur Fitriani & Ali Maskur. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Atmosfer Café terhadap Kualitas Layanan di Kedai Kami Ngaliyan. *Jurnal Mirai Management*.
- Christian Juliani. (2023). Pengaruh Atmosfer Café dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening pada Café Langowan. *Jurnal EMBA*, Vol. 11(2).
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti. (2025). Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti. Universitas Tridinanti.
- Fera Tri Yunida. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Motivasi Hedonis, dan Atmosfer Café terhadap Keputusan Pembelian pada Fore Coffee Cabang Palembang Icon (Skripsi). Universitas Tridinanti, Palembang.
- Fitriani, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Ayam Penyet Surabaya di Jakarta Selatan. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
- Francesco Ardhi Wardhana & Firdaus Marsahala Sitohang. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warkop Benpadang Sidoarjo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Kevin Cristoval Clarence & Romauli Nainggolan. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Atmosfer Tempat, dan Variasi Menu terhadap Loyalitas Pelanggan GISOE Coffee Surabaya...
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Prenhallindo, (2017)
- Lucky Aminudin. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Mega Mas Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 15(5).
- Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Muhammad Ilyas Syahroni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Kafe Keibar (Studi Kasus Kafe Keibar Pamulang).

- Nadira Nisrina Cahayani Riady. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital, Promosi, dan Harga terhadap Pembelian Surat Kabar Sumatera Ekspres pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen (Skripsi). Universitas Tridinanti Palembang.
- Nugraha, Riandy Kadwi. Marketing di Era 5.0: Transformasi Teknologi Digital untuk Efisiensi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Publisher, n.d.
- Sri Aryanti. (2022). Pengaruh Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan di Victoria Café Pondok Indah Mall Jakarta (Proyek Akhir). DKI Jakarta: Program Sarjana Terapan, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Vinandita, R. (2021). Pengaruh Atmosfer Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan pada Samara Coffee & Roastery. Jurnal Ilmu Manajemen
- Wahyu Nur Prabowo. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Bantarkawung, Kabupaten Brebes (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Yohanes, M., & Yoyo, A. (2025). Pengaruh Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Rute 15 Plus Tangerang. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis,