

Nomor Daftar FPIPS : 6133/UN40.A2.5.10/PT/20

**PENGARUH TEMPAT, SUASANA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN WISATAWAN DI RUMAH MAKAN
MIE KOCOK PA ULOH TEA BUAH BATU KOTA BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dari
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata

Oleh:

Muhammad Rizki Arif Pratama

2108793

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

Muhammad Rizki Arif Pratama, 2025

*PENGARUH TEMPAT, SUASANA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WISATAWAN DI
RUMAH MAKAN MIE KOCOK PA ULOH TEA BUAH BATU KOTA BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR HAK CIPTA

PENGARUH TEMPAT, SUASANA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WISATAWAN DI RUMAH MAKAN MIE KOCOK PA ULOH TEA BUAH BATU KOTA BANDUNG

Oleh

Muhammad Rizki Arif Pratama

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pariwisata di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Muhammad Rizki Arif Pratama
Universitas Pendidikan Indonesia
2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, di
fotokopi, dan cara lainnya tanpa izin peneliti

LEMBAR PENGESAHAN

Muhammad Rizki Arif Pratama

**PENGARUH TEMPAT, SUASANA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN WISATAWAN DI RUMAH MAKAN MIE
KOCOK PA ULOH TEA BUAH BATU KOTA BANDUNG**

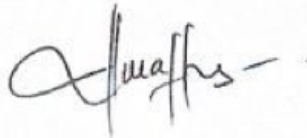
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing.

Pembimbing I



Caria Ningsih, M.Si., Ph.D
NIP. 1980031.200812.2.002

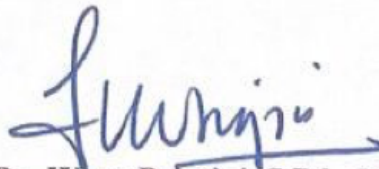
Pembimbing II



Ilmiati Tsaniah, S.Par MM.Par
NIP. 920230219940421201

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si
NIP. 19710309.201012.2.001

LEMBAR PERNYATAAN

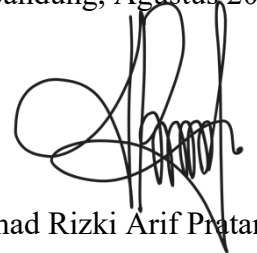
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizki Arif Pratama
NIM : 2108793
Program Studi : Manajemen Industri Katering
Judul Karya : Pengaruh Tempat, Suasana Dan Promosi Terhadap
Kepuasan Konsumen Wisatawan Di Rumah Makan Mie
Kocok Pa Uloh Tea Buah Batu Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, Agustus 2025



Muhammad Rizki Arif Pratama

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan Rahmat dan karunia-Nya kepada Penulis. Dengan limpahan Rahmat dan karunia tersebut, Penulis diberi kesehatan, keselamatan, serta kelancaran dalam melakukan penyusunan laporan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Tempat, Suasana Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Wisatawan Di Rumah Makan Mie Kocok Pa Uloh Tea Buah Batu Kota Bandung”. Sholawat dan salam selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Maksud dari Penelitian laporan skripsi ini adalah sebagai pemenuhan persyaratan kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata (S.Par). Penulis sadar akan sepenuhnya bahwasanya laporan skripsi ini masih memiliki beragam kelemahan serta jauh dari kesempurnaan. Maka, Penulis sangat menghendaki adanya kritik beserta saran yang sifatnya membangun untuk membantu Penulis memperbaiki dan meningkatkan kualitasnya di masa mendatang. Penulis berharap agar laporan skripsi ini mampu diterima dengan baik oleh Bapak dan Ibu dosen.

Di penghujung kata, Penulis ingin mengucapkan terima kasih sekaligus memohon maaf yang sebesar-besarnya atas setiap kekurangan yang terdapat dalam laporan skripsi ini. Semoga laporan skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi beragam pihak.

Bandung, Agustus 2025



Muhammad Rizki Arif Pratama

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini terselesaikan dengan baik berkat bimbingan, motivasi, dukungan dan doa dari berbagai pihak yang tiada hentinya kepada penulis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT., yang telah memberikan nikmat, rahmat dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tanpa izin dan kasih sayang-Nya..
2. Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering.
3. Caria Ningsih, SE., M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing pertama dan Ilmiati Tsaniah, S.Par MM.Par selaku dosen pembimbing kedua yang senantiasa membimbing dan mendukung penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Seluruh dosen pengajar di Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis selama masa studi.
5. Untuk kedua orang tua penulis, Iwan dan Djulaeha. Terimakasih untuk semuanya sehingga penulis bisa berjuang sampai di titik ini. Terimakasih sudah memberikan dunia dan seiisinya. Terimakasih sudah selalu mengingatkan kepada kedua anaknya agar harus tetap berusaha dan berdoa. Terimakasih sudah dapat menerima baik buruk penulis. Beliau beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan hingga bangku kuliah. Namun beliau beliau mampu mendidik, merangkul, mendoakan kedua anaknya menempuh pendidikan tinggi.
6. Kepada seseorang yang akan menemani penulis selama perjalanan hidup penulis, Pelita Cahaya Putri. Adik penulis satu satunya, terimakasih telah selalu membantu penulis ketika sedang menyusun penelitian. Mohon maaf jika penulis kurang menunjukkan rasa kasih sayang penulis hingga saat ini.

Terimakasih untuk tidak menyerah pada gejolak kehidupan.

7. Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada Dian Seni Riandy, Diah Suhaya, Dine Nur. Kehadiran kalian bukan hanya sebagai teman kerja, tapi sebagai keluarga yang selalu ada dalam suka dan duka. Terima kasih telah menerima penulis apa adanya, dengan hangatnya perhatian dan ketulusan hati yang tak pernah penulis lupakan. Tanpa kalian, penulis tidak akan sampai pada titik ini. Setiap bantuan, semangat, tawa, bahkan pelukan diam yang kalian berikan menjadi pelita. Kalian bukan hanya menemani perjalanan ini, tapi menguatkan langkah penulis untuk terus maju.
8. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada rekan rekan kantor BTS Cargo dan Anemer Express yang selalu ada sejak langkah pertama penulis memulai pendidikan hingga akhirnya mencapai garis akhir. Kehadiran kalian menjadikan perjalanan penulis lebih berarti dan tak akan pernah penulis lupakan.
9. Untuk ketiga orang yang selalu berdiri di samping penulis ketika menjalani masa perkuliahan. Zharfa Mutiara Ghaisani terimakasih atas kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan kepada penulis, terimakasih juga atas bantuan dan kehadirannya ketika penulis membutuhkan bantuan selama masa pendidikan. Kemudian untuk Muhammad Dhia Nurdika, selaku teman satu lingkungan rumah, terimakasih dan maaf selalu merepotkan ketika penulis menjalani masa pendidikan, terimakasih juga penulis ucapkan atas senyuman yang selalu diberikan untuk penulis selama penulis menjalani masa perkuliahan. Dan yang terakhir Ikhsan Kurnia terimakasih banyak atas kenangan yang telah diberikan kepada penulis.
10. Kepada teman teman penulis Ken, Adinda Amelia, Nabil, Rayyan, Rafilda, Tiara Zulfa, Salma Nur, Gumilang terimakasih banyak sudah menemani dan merangkul penulis selama masa pendidikan

11. Terimakasih penulis ungkapkan kepada teman penulis yang selalu bisa dipercaya Mila dan Indah, terima kasih telah menjadi ruang teraman penulis mempercayakan segalanya.
12. Teman-teman seperjuangan MIK Angkatan 2021 yang telah kebersamai selama empat tahun ini.
13. Kepada seluruh teman teman penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, karena telah membantu peneliti dari awal penelitian hingga dapat menyelesaikan skripsi.
14. Terakhir sebelum penulis akhiri, *“Beberapa anak memang terlahir beruntung ditengah keluarga yang berkecukupan. Sisanya lebih beruntung lagi karena di beri hati dan tulang yang kuat untuk berusaha sendiri”* kata kata yang pernah penulis baca dan membuat penulis bisa bertahan hingga titik ini. Terimakasih banyak kepada Muhammad Rizki Arif Pratama selaku penulis, sudah berusaha dan tidak lelah dalam kondisi apapun. Adapun kurang lebihmu, mari kita rayakan diri sendiri.

**PENGARUH TEMPAT, SUASANA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN WISATAWAN DI RUMAH MAKAN
MIE KOCOK PA ULOH TEA BUAH BATU KOTA BANDUNG**

Muhammad Rizki Arif Pratama

2108793

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tempat, suasana, dan promosi terhadap kepuasan konsumen wisatawan di Rumah Makan Mie Kocok Pa Uloh Tea Buah Batu, Kota Bandung. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata kuliner, namun masih ditemukan keluhan terhadap aspek kenyamanan tempat, suasana, dan minimnya promosi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan bantuan aplikasi olah data SPSS 2.6 dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan wisatawan domestik dari luar Kota Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, variabel tempat (X1), suasana (X2), dan promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen wisatawan (Y). Temuan ini memperkuat pentingnya perbaikan pada aspek fisik rumah makan, peningkatan suasana yang nyaman, serta optimalisasi promosi digital agar dapat meningkatkan daya saing konsumen di sektor kuliner tradisional.

Kata kunci: Tempat, Suasana, Promosi, Kepuasan Konsumen, Wisata Kuliner, Mie Kocok.

**PENGARUH TEMPAT, SUASANA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN WISATAWAN DI RUMAH MAKAN
MIE KOCOK PA ULOH TEA BUAH BATU KOTA BANDUNG**

Muhammad Rizki Arif Pratama

2108793

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of location, ambiance, and promotion on tourist consumer satisfaction at Rumah Makan Mie Kocok Pa Uloh Tea in Buah Batu, Bandung City. The background of this research is based on the growing interest of tourists in culinary tourism, although complaints are still found regarding the comfort of the place, the atmosphere, and the lack of promotion. This study uses a quantitative approach with the help of SPSS 2.6 data processing software, employing a survey method involving 100 respondents who are domestic tourists from outside Bandung. The sampling technique used is purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression to determine the effect of each variable on consumer satisfaction. The results show that both partially and simultaneously, the variables of location (X1), ambiance (X2), and promotion (X3) have a significant influence on tourist consumer satisfaction (Y). These findings emphasize the importance of improving the physical aspects of the restaurant, enhancing a comfortable atmosphere, and optimizing digital promotion to increase competitiveness in the traditional culinary sector.

Keywords: *Place, Atmosphere, Promotion, Consumer Satisfaction, Culinary Tourism, Mie Kocok.*

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
PRAKATA	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Pariwisata.....	12
2.2 Rumah Makan.....	12
2.3 Konsep Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)	13
2.4 Kepuasan Konsumen	14
2.5 Konsep Tempat.....	15
2.6 Konsep Suasana	16
2.7 Konsep Promosi.....	17
2.8 Penelitian Terdahulu	18
2.9 Kerangka Pemikiran	21
2.10 Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	24
3.2.1 Objek dan Subjek Penelitian	24
3.2.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	25
3.2.3 Operasionalisasi Instrumen Penelitian	27
3.2.4 Jenis dan Sumber Data	28

3.2.5 Instrumen Penelitian.....	28
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas	29
3.2.8 Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.2 Gambaran Umum Responden	39
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-bulan	41
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	42
4.3 Analisis Deskriptif.....	43
4.3.1 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Tempat (X1).....	43
4.3.2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Suasana (X2)	45
4.3.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Promosi (X3).....	48
4.3.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	50
4.4 Analisis Verifikatif	52
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
4.4.3 Uji Hipotesis.....	56
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.5.1 Pengaruh Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen	58
4.5.2 Pengaruh Suasana terhadap Kepuasan Konsumen.....	59
4.5.3 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	68
Lampiran 1 : Lembar Bimbingan.....	68
Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian	73
Lampiran 3 : Surat Keterangan Pembimbing	74
Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian	77
Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	80

Lampiran 6 : Tabulasi Data Pengujian Instrumen	81
Lampiran 7 : Data Identitas Responden.....	82
Lampiran 8 : Tanggapan Responden	85
Lampiran 9 : Analisis Verifikatif.....	89
Lampiran 10 : Pengujian Hipotesis.....	91
Lampiran 11 : Dokumentasi Kegiatan Penelitian	92
Lampiran 12 : Riwayat Hidup	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung tahun 2021 - 2023	1
Tabel 1.2 Data Kunjungan konsumen di rumah makan Mie Kocok Pa Uloh Tea	4
Tabel 1.3 Data Transaksi di Rumah Makan Mie Kocok Pa Uloh Tea Buah Batu Bandung Periode Januari 2024 – Januari 2025	5
Tabel 1.4 Hasil Review Ulasan Negatif pada Google Review	7
Tabel 1.5 Keluhan Ulasan Suasana pada Rumah Makan	8
Tabel 1.6 Keluhan Ulasan Tempat pada Rumah Makan	9
<u>Tabel 2.1 Rujukan Penelitian yang Telah Dilakukan</u>	18
<u>Tabel 3.1 Tabel Operasional Variable</u>	27
<u>Tabel 3.2 Skor Skala Diferensial Semantik</u>	29
<u>Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas</u>	30
<u>Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas</u>	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	42
Tabel 4.2 Perhitungan Skor Indikator pada Variabel Tempat	43
Tabel 4.3 Perhitungan Skor Indikator pada Variabel Suasana	46
Tabel 4.4 Perhitungan Skor Indikator pada Variabel Promosi	48
Tabel 4.5 Perhitungan Skor Indikator pada Variabel Kepuasan Konsumen	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.10 Hasil Uji T (Parsial)	56
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan)	57
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1 Sosial Media Instagram rumah makan Mie Kocok Pa Uloh Tea</i>	<i>6</i>
<i>Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran</i>	<i>21</i>
<i>Gambar 2.2 Paradigma Penelitian</i>	<i>22</i>
<i>Gambar 4.1 Fisik Rumah Makan Mie Kocok Pa Uloh Tea Buah Batu</i>	<i>37</i>
<i>Gambar 4.2 Fisik Menu rumah makan Mie Kocok Pa Uloh Tea.....</i>	<i>38</i>
<i>Gambar 4.3 Produk Mie Kocok pada rumah makan Mie Kocok Pa Uloh Tea.....</i>	<i>39</i>
<i>Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</i>	<i>39</i>
<i>Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i>	<i>40</i>
<i>Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	<i>41</i>
<i>Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan</i>	<i>41</i>
<i>Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel Tempat.....</i>	<i>45</i>
<i>Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel Tempat.....</i>	<i>48</i>
<i>Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel promosi.....</i>	<i>50</i>
<i>Gambar 4.11 Garis Kontinum Kepuasan Konsumen</i>	<i>52</i>

DAFTAR PUSTAKA

- Ala' Omar Dandis, Mohammad Al Haj Eid, Denis Griffin, Robin Robin, & Arnt Kyawt Ni. (2023). Customer Lifetime Value: The Effect Of Relational Benefits, Brand Experiences, Quality, Satisfaction, Trust And Commitment In The Fast-Food Restaurants. *The Tqm Journal*.
- Ali, D., Alam, M., & Bilal, H. (2021). The Influence Of Service Quality, Price And Environment On Customer Loyalty In The Restaurant's Industry: The Mediating Role Of Customer Satisfaction. *Journal Of Accounting And Finance In Emerging Economies*, 7(1), 143–154. www.Publishing.Globalcsrc.Org/Jafee
- Andhika Akbar, & Annisa Uswatun Hasanah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Cafe Inspirasi Corner). *Business And Entrepreneurship Journal (Bej)*, 1(2), 130.
- Apriliani, P., Luh, N., Putu, N., Anggraini, N., & Ribek, P. K. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali*.
- Baddi Hidayat, & Lusi Triyani. (2013). *Peta 100 Tempat Jajan Dan Makan Legendaris Di Bandung*. Gramedia Pustaka Utama.
- Bps Indonesia. (2021). *Pengeluaran Untuk Konsumen Penduduk Indonesia*.
- Chang, H. (Sean), Capuozzo, B., Okumus, B., & Cho, M. (2021). Why Cleaning The Invisible In Restaurants Is Important During Covid-19: A Case Study Of Indoor Air Quality Of An Open-Kitchen Restaurant. *International Journal Of Hospitality Management*, 94. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102854>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, & Mixed Methods Approach*. Sage.
- Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung. (2024). *Pesona Bandung, Surga Kuliner Di Indonesia*. Artikel Data Publikasi.
- Dr. Zainuddin Iba Se Mm, & Dr. Aditya Wardhana. (2024). *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan Spss Dan Smart Pls*.
- E Rasmikayati, B R Saefudin, M Y Wardhana, & A Baihaqi. (2021). *Comparative Analysis Of Coffee Preference In Jatinangor*.
- Ellitan, L., & Edgar, T. (2024). The Influence Of Food Quality And Service Quality On Repurchase Intention Through Customer Satisfaction. *Journal Of Entrepreneurship And Business*, 5(2), 90–105. <https://doi.org/10.24123/Jeb.V5i2.6302>
- Fandy Tjiptono. (2021). *Strategi Pemasaran*.
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra. (2016a). *Service, Quality And Satisfaction* (4th

- Ed.). Cv Andi Offset.
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra. (2016b). *Service, Quality And Satisfaction* (4th Ed.). Cv Andi Offset.
- Feriyani, W., Trisna Negara, S., Timur, O., & Selatan, S. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Aktual Stie Trisna Negara*, 16(1), 21–27.
- Gurmeet Singh, Alberto Ferraris, Neale J, Slack, Shavneet Sharma, & Asheefa Shaheen Aiyub. (2021). Antecedents And Consequences Of Fast-Food Restaurant Customers' Perception Of Price Fairness. *British Food Journal*.
- Gurmeet Singh, Nisha Kumari, & Mohammed Sadiq Sohail. (2021). The Role Of Servicescape And Food Quality In Customer Satisfaction: Empirical Evidence From India. *International Journal Of Hospitality Management*.
- Ige Ohimain Ozumba, & Elemo Okon. (2023). The Influence Of Marketing Mix Strategy On Bread Customer Satisfaction In Nigerian Market. *Journal Of Economics Business Industry*.
- Imam Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26*.
- Jeff Fromm, & Angie Read. (2018). *Marketing To Gen Z The Rules For Reaching This Vast--And Very Different--Generation Of Influencers*.
- Julnando Lim, & Johny Budiman. (2024). *The Influence Of Product, Price, Place, Promotion, And Store Atmosphere On Purchase Intention Of Cafe Customers And Customer Satisfaction As Mediating Variables*.
- Kemenparekraf. (2023). *Outlook Parekraf 2023-2024*.
- Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 3(2), 143. <https://doi.org/10.31000/Almaal.V3i2.5403>
- Kotler, Philip, & Armstrong. (2018). *Principles Of Marketing, 15th Edition*.
- Lovelock, & Wirtz. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*.
- Mary Jo Bitner. (1992). *Servicescapes: The Impact Of Physical Surroundings On Customers And Employees*.
- Müjde Aksoy, & Özer Yılmaz. (2022). Consumer Complaints And Complaint Management In The Tourism Sector. Chapter In Tourism-Focused Research. *Chapter In Tourism-Focused Research*.
- Murdayani Kusumaningrum, D. (2023). *The Influence Of The Marketing Mix On*

Customer satisfaction. <https://jmrsoptima-science.com/index.php/jmrsoptima-science>

- Ng, H. S., Kuek, T. Y., Zhang, L. K., Yeoh, L. K., Zhang, J. H., Yuan, Y. H., Sharma, H., Tunku, U., & Rahman, A. (2022). *The Impact Of Marketing Mix On Customer Satisfaction In Haidilao Hotpot* (Issue 7).
- Nurafrina Siregar, S. E. , M. S., & Hakim Fadillah, S. E. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*.
- Nyarmiati, & Sri Rahayu Tri Astuti. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Prof Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta.
- Putra H, & Susanto. (2024). *Peran Rumah Makan Tradisional Dalam Pembangunan Ekonomi Lokal Di Bali*. *Jurnal Pariwisata Terapan*.
- Putri Lestari, & Muchammad Saifuddin. (2020a). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*.
- Putri Lestari, & Muchammad Saifuddin. (2020b). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*.
- Rambat Lupiyoadi, & A. Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Raya Ilham Syah Majiid, Joko Sutrisno, & Umi Barokah. (2020). Measuring The Satisfaction Levels Of Customers Of Fresh Vegetables Towards The Marketing Mix In Traditional Markets In Sukoharjo Regency, Indonesia. *Journal Of Sustainable Agriculture*.
- Ria, A. M., Andari, T. T., & Yulianingsih, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 11–19. <https://doi.org/10.57151/Jeko.V3i1.295>
- Riyanti Sihombing, Fenny Simanjuntak, & Dewi Handayani. (2023). *Pengaruh Strategi Hubungan Masyarakat Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen*.
- Roma Ito Pasaribu, & Jamaludin Khalid. (2023). Pengaruh Aksesibilitas Suasana Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Margonda Raya. *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 60–69. <https://doi.org/10.55123/Sosmaniora.V2i1.1750>
- Ronaldo Christian Theja, & Sri Megawati Elizabeth. (2023). *Pengaruh Lokasi, Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Wendy's Palembang*.

Muhammad Rizki Arif Pratama, 2025

PENGARUH TEMPAT, SUASANA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WISATAWAN DI RUMAH MAKAN MIE KOCOK PA ULOH TEA BUAH BATU KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Sandra Fitriyani, Trisna Murni, & Sri Warsono. (2019). Emilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Septiana, N. F., Arum, D., Febriyanti, D., Winata, H. T., Santi, N., Wati, R., Maulana, B., & Mugiyanto, P. (2023). *Analisis Dampak Persaingan Usaha Kuliner (Burjo) Di Sekitar Universitas Negeri Semarang Terhadap Pendapatan* (Vol. 2, Issue 3). [Http://Jurnalilmiah.Org/Journal/Index.Php/Majemuk](http://Jurnalilmiah.Org/Journal/Index.Php/Majemuk)
- Situmorang, M. S., & Suryana, M. (2023). The Characteristics Of Tourists Doing Culinary Tour: A Case Study Of Lengkong Street Food Bandung. *Journal Of Tourism Sustainability*, 3(2), 89–93. <https://doi.org/10.35313/Jtospolban.V3i2.81>
- Suci Ayu Sudaria, Arun Kumar Tarofderb, Ali Khatibia, & Jacqueline Tham. (2019). Measuring The Critical Effect Of Marketing Mix On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction In Food And Beverage Products (Smes, Malaysia). *Management Science Letters*.
- Sukaatmadja. (2021). Environmental Factors And Customer Satisfaction: A Study Of Restaurant Customers In Indonesia. *International Journal Of Business And Management*.
- Tomy Rohmat Ardiyanto, & Ana Ramadhayanti. (2024). Pengaruh Ketersediaan Barang Dan Kualitas Layanan Terhadap Ulasan Pembeli Pada Platform E-Commerce Tokoteknopro. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(4), 96–104. <https://doi.org/10.54066/Jmbe-Itb.V2i4.2421>
- Unwto. (2023). *International Tourism Highlights 2023 Edition*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- Vianisa, Y., & Febriyanti, D. P. (2023). *Literature Review: Implementation Of Smart Tourism Applications In Indonesia Realizing The 2030 Sdgs* (Pp. 2006–2015). https://doi.org/10.2991/978-2-38476-152-4_202
- Vreyda Adveni, L., Veronica You, V., & Tinggi Bisnis Runata, S. (2024). *The Influence Of Restaurant Atmosphere On Customer Satisfaction In Sum Ting Wong Kitchen & Brew Bar*. 8(1), 39–48. <https://doi.org/10.37484/Jmph.080104>
- Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What Drives Customer Satisfaction, Loyalty, And Happiness In Fast-Food Restaurants In China? Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, And The Moderating Role Of Gender. *Foods*, 9(4). <https://doi.org/10.3390/Fo>