

**PENGARUH DESAIN INTERIOR, KUALITAS PRODUK, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Dapoer Yuga Cafe And Resto Kayu Arang, Sukaraja)**

**Ade Tiara Yulinda<sup>1</sup>, Merta Kusuma<sup>2</sup>, Winda Susanti<sup>3</sup>**

<sup>1&2</sup>Universitas Muhammadiyah Bengkulu

[ade91tiarayulinda@gmail.com](mailto:ade91tiarayulinda@gmail.com)<sup>1</sup>, [mertakusuma99@gmail.com](mailto:mertakusuma99@gmail.com)<sup>2</sup>,

[windasusanti251097@gmail.com](mailto:windasusanti251097@gmail.com)<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*This study aimed to determine the effect of interior design, product quality, and service quality on customer satisfaction at Dapoer Yuga Cafe and Resto, in Km. 28, Kayu Arang, Sukaraja. This research was a causality study with a quantitative method approach. The population in this study were all of Dapoer Yuga Cafe and Resto customers. The sampling technique used accidental sampling techniques with a total sample of 96 respondents. Data collection techniques used observation, interviews, and questionnaires with an instrument of validity and reliability. The data analysis techniques of this study were used descriptive statistical analysis, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R<sup>2</sup>), and hypothesis testing (t test and F test). The results of the study show that: (1) Interior design has a positive no significant effect on customer satisfaction, as evidenced by the value of t count of 1.256; significance value  $0.212 \geq 0.05$ ; and the regression coefficient of 0.105; (2) Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, evidenced by the value of t count of 3.077; significance value  $0.003 \leq 0.05$ ; and the regression coefficient of 0.319; (3) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, as evidenced by the t count of 4.505; significance value  $0.000 \leq 5 0.05$ ; and the regression coefficient of 0.316; (4) Interior design, product quality, and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction, as evidenced by the F count of 49,691 with a significance of  $0.000 \leq 5 0.05$ ; (5) The magnitude of the influence of interior design, product quality, and service quality on customer satisfaction (R<sup>2</sup>) is 61.8%.*

**Keywords:** *Interior Design, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*

**PENDAHULUAN**

Bisnis kuliner terus mengalami pertumbuhan cukup signifikan. Pertumbuhan bisnis kuliner (*food service*) dapat dilihat dari adanya puluhan tempat-tempat makan (kafe, restoran, rumah makan, dll) yang terus bertambah. Pelaku bisnis *food service* berlomba lomba untuk menciptakan suatu differensiasi dalam memenangkan persaingan. Bisnis *food service* sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja akan tetapi sekarang ini bisnis *food*

*service* juga menyediakan tempat yang nyaman yang didukung dengan desain interior unik serta fasilitas tambahan seperti hiburan musik *live*, *wifi* untuk menarik para pelanggan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) dalam jurnal Walangitan (2017) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Desain sebuah restoran menjadi pertimbangan terhadap minat pengunjung untuk datang ke suatu restoran dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan itu sendiri. Bukti fisik interior restoran yang indah dan menarik, seperti ruang yang luas dengan penataan *furniture*, lukisan, tanaman hias *indoor*, wallpaper, cat dekoratif, dan pencahayaan, serta nyaman bagi pelanggan untuk menikmati suasana cafe and resto dengan fasilitas pendukung lainnya (Tjiptono, 2005). Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) *product quality* atau kualitas produk restoran adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas produk makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta keuntungan bagi pengusaha. Menurut Hary (dalam Tjiptono, 2002:90) “Kualitas pelayanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya dapat memenuhi harapan pelanggan”. Jika kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya.

Dapoer Yuga Cafe And Resto berada di Kayu Arang, Sukaraja, Kabupaten Seluma, Bengkulu memiliki tema yang unik, lokasi resto yang strategis dan memiliki tempat yang nyaman dengan berbagai desain interior cafe and resto yang menarik untuk diabadikan dan pastinya instagramebel. Dari pemaparan diatas peneliti ingin mengkaji lebih dalam lagi mengenai Pengaruh Desain Interior, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dapoer Yuga Cafe And Resto.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2014) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila

kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2011), pelanggan yang sangat puas akan :

1. Tetap Setia  
Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan membeli ulang dari produsen yang sama.
2. Membeli Produk Yang Ditawarkan  
Keinginan untuk membeli produk atau makanan lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.
3. Merekomendasikan Produk  
Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.
4. Bersedia Membayar Lebih  
Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih tinggi konsumen cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga. Konsumen juga cenderung tidak memperhatikan merk pesaing.
5. Memberi Masukan  
Walaupun kepuasan sudah tercapai, konsumen selalu menginginkan yang lebih lagi, maka konsumen akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai.

### **Desain Interior**

Menurut Prasetyo (2016), suasana nyaman yang diciptakan dari desain interior restoran dapat memberikan pengalaman tersendiri bagi tamu yang datang, saat tamu tersebut pulang ke rumahnya, ia juga akan menceritakan pengalamannya selama berada di restoran tersebut. Suatu konsep modern desain interior sebuah restoran menjadi daya tarik karena dapat mempengaruhi pandangan seseorang dan semakin menambah nilai kepuasan pada pelanggan. Indikator dalam pengukuran dan penilaian desain interior suatu restoran menurut Cohen (1994) Yaitu :

1. Tata Ruang  
Tata ruang adalah tempat yang dibatasi dengan dinding atau pembatas lainnya yang digunakan untuk sebuah aktifitas. Kebutuhan luas ruang dibedakan dalam tiga jenis yaitu: (1) kebutuhan luas ruang terhadap banyaknya orang yang dilayani, (2) perlengkapan yang dibutuhkan, dan (3) aktifitas yang dilakukan. Ruang pada penelitian ini didefinisikan sebagai suatu tempat yang disediakan oleh Dapoer Yuga Cafe and Resto untuk para pelanggan yang beraktifitas di area tersebut.
2. Tata Warna  
Warna adalah corak yang terdapat pada suatu obyek yang bisa di lihat dengan menggunakan penglihatan secara langsung. Tata warna pada penelitian ini didefinisikan sebagai corak sebuah obyek, dalam hal ini adalah warna/corak yang terdapat pada tembok/dinding, lantai dan langit-langit pada ruang Dapoer

Yuga Cafe and Resto yang dapat memberikan kesan tersendiri kepada pelanggan serta dapat menciptakan suasana hati dan kenyamanan.

3. Pencahayaan

Pencahayaan adalah penerimaan sinar dari sumber cahaya yang bisa memberikan penerangan pada suatu ruang. Pencahayaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai cahaya yang berasal dari sumber cahaya alami (sinar matahari) maupun cahaya buatan (lampu) yang sesuai dengan tema ruang tersebut sehingga dapat memberikan kesan menarik dan indah diabadikan bagi pelanggan di dalam ruang Dapoer Yuga Cafe and Resto.

4. Sirkulasi Udara (Ventilasi)

Sirkulasi udara adalah perputaran atau pergantian udara yang mendasarkan pada bergantinya udara dalam sebuah ruang. Sirkulasi udara pada penelitian ini didefinisikan sebagai pengaturan udara yang berasal dari sistem ventilasi yang ada pada suatu ruangan baik dalam bentuk jendela maupun AC (air conditioner) untuk menjaga kebersihan udara dan kelembaban ruang Dapoer Yuga Cafe and Resto yang dapat memberikan kesan sejuk bagi setiap pelanggan.

5. Tata Suara (Akustik)

Tata suara adalah pengaturan besar kecilnya suara, jelas tidaknya suara, dan bising tidaknya suara. Tata suara pada penelitian ini didefinisikan sebagai pengatur suara yang meliputi bising tidaknya suara yang dihasilkan baik dari dalam maupun luar ruang cafe ini. Dimana tingkat kebisingan pada suatu ruang pastinya akan mengganggu para pelanggan yang sedang menikmati kuliner di Dapoer Yuga Cafe and Resto. Selain itu, lokasi cafe and resto ini terletak di pinggir jalan raya yang dimana pengelola harus bisa menyeimbangkan tata suara dan membuat para pelanggan nyaman.

### **Kualitas Produk**

Menurut Shahrudin *et al.*, (2011) Kualitas makanan merupakan elemen penting dalam sebuah restoran yang meliputi rasa yang enak, presentasi makanan yang menggugah selera, temperatur yang sesuai dan kesegaran makanan sehingga kebutuhan pelanggan terpenuhi. Menurut Shahrudin, Mansor, dan Elias (2011), mengukur kualitas produk makanan (*food quality*) terdapat empat indikator, yaitu:

1. *Freshness* (kesegaran) yang merupakan unsur kesegaran dari makanan. Kesegaran merupakan salah satu faktor kualitas yang perlu difokuskan oleh tim manajemen dalam industri makanan dalam rangka untuk melayani pelanggan mereka pada standar yang tepat dan memenuhi ekspektasi para pelanggan cafe and resto yang menginginkan setiap makanan yang disajikan selalu dalam keadaan segar atau dimasak pada saat dipesan.
2. *Presentation* (tampilan) yang merupakan tampilan atau bentuk penyajian makanan. Hal ini adalah bagian dari isyarat nyata dan berhasil dengan menyajikan makanan dan dihias dengan baik dapat merangsang timbulnya persepsi kualitas dari para pelanggan Dapoer Yuga Cafe and Resto dan dapat meningkatkan selera makan pelanggan ketika disuguhkan dengan penyajian makanan yang menarik.

3. *Taste* (rasa) yang merupakan rasa dari makanan itu sendiri. Setiap manusia memiliki kesempatan untuk mencicipi rasa yang berbeda dari makanan di seluruh dunia. Rasa makanan bermacam-macam tergantung pada budaya dan lokasi geografis. Pada penelitian ini Dapoer Yuga Cafe and Resto sangat memperhatikan rasa dari setiap makanan yang ditawarkan agar para pelanggan merasa terpuaskan dan kembali lagi untuk menikmati makanan di cafe dan resto ini.
4. *Innovative food* (inovasi makanan) merupakan keahlian dalam melakukan inovasi seperti pencampuran bahan satu dengan bahan makanan lainnya, variasi rasa, atau bahkan menu makanan dan minuman baru yang ditawarkan Dapoer Yuga Cafe and Resto ini. Lundvall dalam Shahrudin, Mansor, dan Elias (2011) telah mendefinisikan inovasi sebagai proses yang berkelanjutan meninggalkan, mencari, dan mengeksplorasi yang menghasilkan produk-produk baru, teknik baru, bentuk-bentuk baru organisasi, serta pasar baru.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Chaniotakis dan Lymperopoulos (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai sikap konsumen yang berkaitan dengan hasil dari perbandingan antara harapan dari layanan dengan persepsinya terhadap kinerja aktual. Menurut F. Tjiptono dan G. Chandra (2011:198) indikator kualitas pelayanan yaitu :

1. *Reliability* (Reliabilitas atau Keandalan) merupakan kemampuan usaha restoran untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan pelayanannya sesuai dengan waktu yang disepakati. Dalam unsur ini, restoran dituntut untuk menyediakan pelayanan yang handal. Dengan kata lain, pelayanan tersebut harus selalu baik. Para karyawan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti.
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan restoran untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan pelayanan akan diberikan dan kemudian memberikan pelayanan secara cepat. Para karyawan harus memperhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah karyawan selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang di restoran hendaknya selalu memperhatikan pelayanan terhadap pelanggan.
3. *Assurance* (Jaminan) yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan dan masalah pelanggan. Dalam sebuah jasa restoran kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada konsumennya, seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi.

4. *Empathy* (Empati) berarti bahwa suatu usaha restoran memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Pelayanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada konsumen.
5. *Tangible* (Bukti Fisik) berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan meterial yang digunakan restoran, serta penampilan karyawan. Dalam hal ini sarana dan prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan harus diperhatikan oleh pihak pengelola cafe dan resto seperti keadaan restoran, desain interior ruangnya disertai fasilitas, dan lain-lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu pelayanan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan terhadap pelanggan Dapoer Yuga Cafe And Resto dan penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif menggunakan sejumlah sampel dan data-data numerikal atau berbentuk angka yang diolah dengan metode statistika atau *SPSS* (Sugiyono, 2010). Dengan pendekatan penelitian kausalitas yang digunakan untuk membuktikan hubungan sebab akibat antar variabel melalui uji hipotesis (Sugiyono, 2010).

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan Dapoer Yuga Cafe and Resto di Km.28 Kayu Arang, Sukaraja. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010, p.62). Teknik pengambilan sampel responden dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2012: 60), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus Rao Purba (2006) :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan dalam penentuan sampel, dalam penelitian ini ditetapkan 95% (Z=1,96)

Moe = *margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa ditoleransi, dalam penelitian ini ditetapkan 10% atau 0,10

Kesalahan maksimal yang bisa ditoleransi dalam penelitian ini ditetapkan 10% berdasarkan kesalahan maksimal yang bisa ditoleransi untuk pengambilan sampel antara 5%-15%. Dari perhitungan diperoleh :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04 \quad \text{dibulatkan menjadi } 96$$

Jumlah sampel yang digunakan peneliti sebanyak 96 orang responden yang akan diteliti pada Dapoer Yuga Cafe And Resto.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel. Metode pengumpulan data yang di gunakan adalah :

#### **1. Observasi**

Observasi atau pengamatan langsung menurut Sugiyono (2015: h.145) teknik pengumpulan data ini digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Pengamatan langsung ke lokasi penelitian yang dilakukan dengan memperhatikan, mempelajari, dan mencatat berbagai hal yang dapat dijadikan objek penelitian yakni pelanggan Dapoer Yuga Cafe And Resto.

#### **2. Interview (wawancara)**

Menurut Sugiyono, (2013: h.347), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada pemilik cafe dan resto untuk mengetahui profil atau gambaran usahanya.

#### **3. Kuesioner (Angket)**

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, kuesioner yang disusun tersebut disampaikan secara langsung serta meliputi pernyataan terkait dengan desain interior, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dapoer Yuga Cafe and Resto. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

### **Teknik Analisis Data**

#### **Analisis Statistik Deskriptif**

Sugiyono (2010) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

#### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Uji regresi adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada tidaknya hubungan

fungsi atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas). Ghozali, 2013:96 menyatakan pengujian model dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui atau mengukur intensitas pengaruh antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X) yakni desain interior, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Dapoer Yuga Cafe And Resto. Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82) :

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan pelanggan

$b_1$  = Koefisien regresi variabel X1 (*interior desain*)

$b_2$  = Koefisien regresi variabel X2 (*product quality*)

$b_3$  = Koefisien regresi variabel X3 (*service quality*)

$X_1$  = Desain Interior (*interior desain*)

$X_2$  = Kualitas Produk (*product quality*)

$X_3$  = Kualitas Pelayanan (*Service quality*)

e = *error* / variabel pengganggu

## Uji Hipotesis

### 1. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji t-statistik digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Uji ini dilakukan untuk menguji hipotesis satu sampai hipotesis empat, apakah variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai variabel terikat dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$  tingkat keyakinan 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Adapun langkah pengujian hipotesis sebagai berikut (Sugiyono, 2010: 143) :

1. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Berarti variabel berpengaruh secara signifikan antara Desain Interior ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak. Berarti variabel tidak berpengaruh secara signifikan antara Desain Interior ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

### 2. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk melihat secara bersama-sama variabel bebas yaitu Desain Interior ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) pada taraf keyakinan 95% atau  $\alpha = 0,05$  (Sugiyono, 2010: 154).

$$f = \frac{R^2 / (K - 1)}{1 - R^2 / (n - k)}$$

Dimana :  
 $R^2$  = Koefisien korelasi berganda  
 $K$  = Banyaknya Variabel  
 $N$  = Banyaknya Sampel

Kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika  $f_{sig} \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak. Berarti variabel tidak berpengaruh secara signifikan antara Desain Interior ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).
2. Jika  $f_{sig} \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Berarti variabel berpengaruh secara signifikan antara Desain Interior ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dipilih untuk menganalisis pengajuan hipotesis dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 18 *for Windows*.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	.654	1.653	
DesainInterior	.105	.084	.114
KualitasProduk	.319	.104	.303
KualitasPelayanan	.316	.070	.451

Sumber data : Output SPSS 18

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,654 + 0,105 X_1 + 0,319 X_2 + 0,316 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas, dapat diketahui bahwa :

1. Nilai konstanta 0,654 mempunyai arti bahwa apabila variabel desain interior ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) sama dengan nol, maka variabel kepuasan pelanggan akan tetap yaitu 0,654. Dengan asumsi variabel desain interior ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) tetap atau konstan.
2. Koefisien regresi variabel desain interior ( $X_1$ ) sebesar 0,105 mempunyai makna bahwa apabila desain interior ( $X_1$ ) naik satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,105 pada Dapoer Yuga Cafe And Resto. Hal ini berarti variabel desain interior ( $X_1$ ) memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

3. Koefisien regresi variabel kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar 0,319 mempunyai makna bahwa apabila kualitas produk ( $X_2$ ) naik satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,319 pada Dapoer Yuga Cafe And Resto. Hal ini berarti variabel kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
4. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) sebesar 0,316 mempunyai makna bahwa apabila kualitas pelayanan ( $X_3$ ) naik satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,316 pada Dapoer Yuga Cafe And Resto. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

### Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 <sup>a</sup>	.618	.606	1.995

Sumber data : Output SPSS 18

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program spss diketahui nilai R sebesar 0,786. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel independen (desain interior, kualitas produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) terjadi pengaruh linear yang kuat. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,618 atau 61,8% yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh desain interior, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 38,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji t (Uji Parsial)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t yang disajikan pada tabel berikut.

Hasil Uji Hipotesis T (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.654	1.653		.396	.693
DesainInterior	.105	.084	.114	1.256	.212
KualitasProduk	.319	.104	.303	3.077	.003
KualitasPelayanan	.316	.070	.451	4.505	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber data : Output SPSS 18

Berdasarkan tabel uji hipotesis di atas, dapat diketahui secara parsial pengaruh antar variabel dengan membandingkan  $t_{hitung}$  yang diperoleh dari hasil perhitungan SPSS dengan hasil perhitungan  $t_{tabel}$  menggunakan rumus  $(n-k-1) n = 96-3-1 = 92$   $a/2 = 0,025$  (1,989). Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai uji  $t$  untuk masing-masing variabel yaitu :

1. Variabel desain interior ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,256. Karena  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,989 dengan signifikansi  $0,212 \geq 0,05$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dengan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,105. Maka hipotesis yang diajukan dapat dikatakan bahwa variabel desain interior ( $X_1$ ) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sehingga  $H_1$  ditolak.
2. Variabel kualitas produk ( $X_2$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,077. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,989 dengan signifikansi  $0,003 \leq 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,319. Maka hipotesis yang diajukan dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sehingga  $H_2$  diterima.
3. Variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,505. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,989 dengan signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,316. Maka hipotesis yang diajukan dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sehingga  $H_3$  diterima.

### Hasil Uji F (Uji Simultan)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat digunakan uji F yang disajikan pada tabel berikut.

Hasil Uji Hipotesis F (Uji Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	593.322	3	197.774	49.691	.000 <sup>a</sup>
Residual	366.168	92	3.980		
Total	959.490	95			

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, DesainInterior, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber data : Output SPSS 18

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  untuk variabel desain interior ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada taraf signifikansi  $0,05 = 5\%$  diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 49,691 dengan signifikansi F sebesar 0,000 atau  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  ( $49,691 \geq 2,70$ ) dengan rumus  $(n-k-1) n = 96-3-1 = 92$  atau (2,70) yang berarti nilai  $F_{sig} \leq 0,05$  ( $0,000 \leq 0,05$ )  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara

bersama-sama variabel desain interior ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Dapoer Yuga Cafe And Resto, sehingga H4 diterima.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Desain Interior ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, desain interior memperoleh  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  ( $1,256 \leq 1,989$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,212 \geq 0,05$  dan mempunyai koefisien regresi positif sebesar 0,105. Maka dalam penelitian ini berpengaruh positif tidak signifikan secara parsial. Hal ini karena  $Sig. > \alpha$  sehingga disimpulkan H1 tidak diterima yang berarti koefisien regresi desain interior adalah tidak teruji signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada hasil pengujian hipotesis pertama, dapat disimpulkan bahwa pelanggan tidak terlalu memperhatikan desain interior dalam tingkat kepuasannya, melainkan pada kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan. Dilihat dari karakteristik responden yang dominan adalah pelanggan laki-laki, bagi mereka bagaimanapun desain cafe and resto tidak begitu penting, asal produk makanannya enak dan pelayanannya baik. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Novarikha Ariyanti dan Stefanus Pagi Rengu (2012) dimana dalam penelitian tersebut dan penelitian ini sama-sama menunjukkan bahwa desain interior berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kualitas produk memperoleh  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $3,077 \geq 1,989$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,003 \leq 0,05$  dan mempunyai koefisien regresi positif sebesar 0,319. Maka H2 dalam penelitian ini diterima karena memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Pada hasil pengujian hipotesis kedua, menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka kepuasan pelanggan Dapoer Yuga Cafe and Resto akan meningkat. Dalam hal ini berarti produk yang terdiri dari produk makanan dan minuman yang selalu segar dan higienis, tampilan makanan yang menggugah selera, produk yang berkualitas dengan kebersihan dalam penyajiannya, rasa makanan yang enak, dan variasi menu makanan dan minuman yang menarik akan dapat meningkatkan dan memuaskan kebutuhan serta mempertahankan pelanggan. Dengan demikian, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Dapoer Yuga Cafe and Resto. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Yetty Husnul Hayati (2015) dan Achmad Safrizal Yafie, Suharyono, Yusri Abdillah (2016) dimana dalam penelitian tersebut dan penelitian ini sama-sama menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kualitas pelayanan memperoleh  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $4,505 \geq 1,989$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 \leq 0,05$  dan mempunyai koefisien regresi positif sebesar 0,316. Maka H3 dalam

penelitian ini diterima karena memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan pelanggan akan loyal terhadap Dapoer Yuga Cafe And Resto. Dalam hal ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan seperti keandalan dalam melayani, cepat tanggap dalam setiap kali membuat pesanan, ramah tamah pada semua pelanggan, berpenampilan rapi, serta fasilitas yang memuaskan dengan adanya *free wifi*, tempat beribadah seperti mushola, dan tempat parkir yang luas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Dapoer Yuga Cafe and Resto. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Evan Sherli (2014) dan Lily Harjati dimana dalam penelitian tersebut dan penelitian ini sama-sama menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Desain Interior (X<sub>1</sub>), Kualitas Produk (X<sub>2</sub>), dan Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kepuasan pelanggan memperoleh  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  ( $49,691 \geq 2,70$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $F_{sig} \leq 0,05$  ( $0,000 \leq 0,05$ ). Maka H<sub>4</sub> dalam penelitian ini diterima karena desain interior, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada hasil pengujian hipotesis keempat, dimana kualitas pelayanan menjadi keunggulan Dapoer Yuga Cafe And Resto dan mendapat respon yang baik dari para pelanggannya, selain itu kualitas produk juga menjadi andalan dengan menu makanan dan minuman yang beraneka macam dan banyak pelanggan yang menilai makanan di cafe and resto ini memang lezat. Didukung pula dengan desain interior yang menarik seperti tata ruang yang rapi dan leluasa untuk beraktivitas. Dengan demikian dapat dipahami bahwa sesuai dengan perhitungan uji statistik uji F desain interior, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Dapoer Yuga Cafe And Resto.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Desain interior berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tidak signifikannya variabel ini dapat disebabkan pelanggan yang tidak terlalu memperhatikan desain yang ada, sehingga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana semakin tinggi kualitas produk cafe and resto maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Desain interior, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian desain interior dalam kategori sedang dan tidak berpengaruh signifikan dengan kepuasan pelanggan. Sebaiknya pengelola cafe and resto lebih memperhatikan bagaimana trend saat ini dalam mendekorasi ruang agar lebih nyaman dan dapat menunjang tampilan cafe and resto di mata pengunjung yang datang agar merasa puas dan tertarik untuk kembali lagi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, Novarikha, & Stefanus Pagi Rengu. (2012). Pengaruh Desain Interior Terhadap Kepuasan Pemustaka Di SMK Negeri 4 Malang. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.3, No.11, Hal.1868-1873.
- Chaniotakis, Ioannis. E. and Constantine Lymperopoulos. 2009. Service Quality Effect on Satisfaction and Word of Mouth in The Health Care Industry. *Journal Managing Service Quality*, 2 (19), pp: 229 – 242.
- Cohen, Elaine. 1994. “*The architectural and Interior Design Planning Process*”. Library Trends, vol. 42 No.3 547-563p.
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, P. & Amstrong, Gary. 2014. Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Potter, N. N., & J. H Hotchkiss. (2012). *Food science* (5th edition). New York: Chapman and Hall.
- Prasetyo, S. A. (2016). Kajian desain interior restoran piazza Italia dan brandi pizzeria di Surabaya. *Jurnal Intra*, 4(1), 7–15.
- Rao, Purba. 2006. *Measuring Customer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager.
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald’s MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Shaharudin, M. Rizaimy. 2011. The Relationship Between Product Quality And Purchase Intention: The Case Of Malaysia’s National Scooter Manufacturer. *African Journal of Business Management* Vol.5(20) pp. 8163-8176.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 2*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F & G.Chandra. 2011. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta. Andi.
- Walangitan, M. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado. *JMBI*. Vol.4No.3Hal. 162-167. At:<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/17993/17517> diakses tanggal 24 november2018.