

***THE INFLUENCE OF MENU VARIATIONS AND INTERIOR DESIGN ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION OF
CAFE PIZZAKU MUARA BADAK***

**PENGARUH VARIASI MENU DAN DESAIN INTERIOR TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
CAFE PIZZAKU MUARA BADAK**

Shepia Shalsabila Putri¹, Wira Bharata²

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda^{1,2}
shepiaputri05@gmail.com, wira.bharata@gmail.com

ABSTRAK

Dalam era globalisasi industri kuliner mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), salah satu bisnis kuliner yang paling berkembang saat ini adalah cafe atau restoran. Cafe dianggap tempat yang paling cocok dengan gaya hidup masyarakat saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi menu dan desain interior terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan café pizzaku muara badak. Metode penelitian menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian asosiatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Cafe Pizzaku yang berada di wilayah Muara Badak, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 120 orang. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling, khususnya metode pendekatan purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner berupa link google form. Analisis data penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dan *Software* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *SmartPls* 3.2.8. dengan pengujian model pengukuran (*outer model*), pengujian model struktural (*inner model*), dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variasi Menu dan Desain Interior berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Variasi Menu dan Desain Interior juga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci : Variasi Menu, Desain Interior, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi industri kuliner mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Pertumbuhan ini dapat dilihat dari banyaknya usaha kuliner yang bermunculan baik dalam skala kecil maupun besar. Saat ini, sektor kuliner sedang mengalami pertumbuhan yang pesat karena makanan dan minuman telah menjadi elemen yang tak

akan pernah terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat (Sasongko *et. al.*, 2023). Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), salah satu bisnis kuliner yang paling berkembang saat ini adalah cafe atau restoran. Cafe ini dianggap sebagai tempat yang paling cocok dengan model gaya hidup masyarakat pada saat ini. Cafe bukan hanya tempat makan untuk

melepas lelah dan bersosialisasi, tetapi juga digunakan sebagai tempat untuk kegiatan yang lebih serius, seperti pertemuan bisnis atau pekerjaan, tugas kuliah bagi mahasiswa dan pelajar (Monica *et. al.*, 2022).

Pelaku usaha perlu melakukan analisis mendalam mengenai strategi pengembangan bisnisnya agar tetap memberikan kesan terbaik untuk pelanggan. Pilihan menu yang berkualitas dan suasana desain interior yang menarik, menjadi alasan mengapa masyarakat memilih restoran dan cafe sebagai tempat untuk berkumpul sehingga membuat pelanggan merasa puas dan cenderung menjadi pelanggan yang loyalitasnya tinggi.

Dalam bisnis kuliner, salah satu faktor yang sangat berpengaruh dengan loyalitas pelanggan dan menjadi kekuatan utama adalah variasi menu. Menu tidak hanya berfungsi sebagai daftar makanan yang ditawarkan, tetapi juga menjadi identitas dari cafe itu sendiri (Tiffani, 2018). Suasana desain interior cafe juga perlu diperhatikan karena sangat berpengaruh dengan loyalitas pelanggan. Desain interior yang menciptakan suasana nyaman dapat memberikan pengalaman unik bagi pelanggan yang mengunjunginya, pelanggan dengan suka rela akan berbagi cerita tentang pengalamannya di cafe tersebut (Prasetyo, 2016).

Kreativitas dan inovasi menjadi kunci utama untuk menarik perhatian konsumen. Setiap pelaku usaha harus memiliki ciri khas masing-masing contohnya seperti variasi menu yang beragam, desain interior yang unik, atau yang lainnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi keinginan konsumen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Fenomena ini terlihat dari banyaknya bisnis kuliner cafe yang akan selalu

berkembang. Seperti yang kita lihat di wilayah Kalimantan Timur beberapa tahun ini banyak sekali bermunculan bisnis kuliner yang tentunya menambah referensi masyarakat untuk memanjakan lidah. Salah satu tempat makan yang dikenal masyarakat Kalimantan Timur yaitu Cafe Pizzaku Muara Badak. Cafe ini juga menjadi salah satu tempat populer yang ramai dikunjungi di Kutai Kartanegara, khususnya Kecamatan Muara Badak.

Cafe Pizzaku Muara Badak memperoleh popularitas yang tinggi sejak tahun 2017, karena menjadi café yang banyak diminati masyarakat dari semua kalangan dan satu-satunya cafe di Muara Badak yang menyajikan berbagai macam hidangan pizza dengan variasi menu yang beragam dan desain interior yang menarik. Dari hasil survei menurut beberapa konsumen, sejak berdirinya Café Pizzaku Muara Badak masyarakat desa Muara Badak tidak perlu lagi jauh-jauh datang ke kota Samarinda untuk membeli pizza. Dikarenakan dari segi rasa Pizzaku Muara Badak mampu bersaing dengan beberapa merek pizza yang terkenal seperti Pizza Hut dan Pizza Domino's. Selain segi rasa, dari segi harga juga Pizzaku Muara Badak lebih ramah di kantong masyarakat.

Peneliti mengamati ternyata cafe ini juga masih memiliki beberapa kelemahan. Permasalahan yang sering terjadi pada cafe Pizzaku Muara Badak terkait dengan variasi menu adalah sulitnya mempertahankan konsistensi kualitas menu dari segi rasa, aroma, dan bentuk. Selain itu, sulitnya menjaga keseimbangan antara permintaan pelanggan yang bervariasi, dan ketersediaan bahan yang terbatas yang membuat pelanggan tidak puas. Beberapa konsumen juga mengatakan permasalahan terkait dengan Desain Interior yaitu tata ruang yang kurang rapi

seperti jarak meja dan kursi yang terlalu rapat, kurangnya ruang antar area membuat jalur yang dilalui oleh pelayan dan pelanggan sama yang berakibat pelayan kurang maksimal dalam bekerja, pendingin ruangan yang kurang berfungsi, kurangnya pemisahan antara area makan dan area kerja atau area pelayanan dapat membuat suasana menjadi tidak teratur atau tidak terorganisir.

Penelitian mengenai Variasi Menu dan Desain Interior terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sudah banyak diteliti sebelumnya tetapi masih banyak terdapat perbedaan pada hasil penelitian. Peneliti sebelumnya mengatakan variasi menu secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Ramdani *et. al.*, 2022). Dan justru peneliti lain mengatakan keragaman produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Kholifah *et. al.*, 2022).

Hasil penelitian sebelumnya juga mengatakan desain interior berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Yulinda *et. al.*, 2022). Sedangkan menurut beberapa peneliti justru mengatakan desain interior restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Pohan, 2021; Sitorus, 2022).

Beberapa peneliti mengatakan keragaman menu produk ternyata tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan (Ariningtyas & Rachmawati K, 2020). Sedangkan keberagaman atau variasi produk justru berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial maupun secara simultan (Hasibuan *et. al.*, 2022 ; Sinambela & Mardikaningsih, 2022). Variabel desain interior berpengaruh signifikan secara parsial

terhadap loyalitas pelanggan pada Nilo Coffee and Crissant Denpasar (Antonia, 2022). sedangkan desain interior justru tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, tetapi hasil penelitian tersebut desain interior berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ketika melalui kepuasan pelanggan pada Arshiya Market Kabupaten Aceh Besar (Erlinda *et. al.*, 2022).

Seperti yang diteliti pada objek PT. Matahari Department Store Mantos 2 yang mengatakan Kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Putri *et. al.*, 2021). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan pada objek Gojek dan jasa Grab-Bike yang mengatakan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (Zahara, 2020; Aprileny *et. al.*, 2022).

Berdasarkan uraian latar belakang yang terjadi pada objek penelitian, maka penulis bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Variasi Menu dan Desain Interior Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Cafe Pizzaku Muara Badak”**.

Consumer Behavioral Theory

Menurut Kotler & Keller (2008) dalam Herawati *et. al.*, (2022) *Consumer Behavior Theory* atau teori perilaku konsumen merupakan gambaran tentang cara individu mengambil keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka seperti waktu, uang, dan usaha untuk melakukan pembelian barang yang di konsumsi.

Customer Experience

Menurut Bern Schmitt (1999) dalam Septian & Handaruwati, (2021) *Customer Experience* adalah hasil dari hubungan antara konsumen dan

perusahaan, baik secara fisik maupun emosional. Akibat dari interaksi ini dapat meninggalkan kesan yang berpengaruh pada persepsi konsumen terhadap perusahaan.

Variasi Menu

Sesuai dengan pendapat Kotler, (2002) bahwa variasi menu ialah menyediakan berbagai jenis produk kreatif yang berbeda dengan pesaing lain yang ditawarkan kepada konsumen untuk diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi oleh pelanggan yang dihasilkan oleh suatu produsen.

Desain Interior

Dalam pandangan Kotler & Gary, (2008) Cakupan desain interior ialah semua fitur yang berpengaruh terhadap penampilan dan fungsional suatu produk dengan mempertimbangkan keinginan para pelanggan. Sitorus, (2022) pada dasarnya tujuan desain interior adalah memastikan bahwa orang yang menggunakan ruangan dapat melakukan kegiatan mereka dengan efektif dan merasa nyaman di dalamnya.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kottler & Keller (2016) dalam Kurniawan, (2020) Jika melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau sangat senang. Kepuasan adalah respon emosional seseorang terhadap situasi atau hal yang mereka hadapi, mencerminkan perasaan senang atau tidak senang terhadapnya (Oktavianto, 2017).

Loyalitas Pelanggan

Pendapat dari Kottler & Keller (2016) dalam Kurniawan, (2020) Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai kepercayaan yang kuat agar pelanggan terus membeli dan mendukung produk atau layanan yang disukai pada masa mendatang, meskipun ada pengaruh dari situasi atau upaya pemasaran yang mungkin membuat pelanggan akan beralih.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian asosiatif. Metode penelitian asosiatif ini digunakan untuk melakukan penelitian dengan mengumpulkan data untuk menilai apakah terdapat keterkaitan dan sejauh mana kekuatan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih (Nugraha & Salsabila, 2023). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu kuesioner. Alat pengukur data pada penelitian ini memakai skala likert.

Tabel 1. Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019)

Teknik Analisis Data

Software yang digunakan dalam penelitian ini adalah *SmartPls* 3.0. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berbasis *variance* atau model persamaan struktural berbasis komponen. SEM adalah suatu metode analisis yang memadukan pendekatan analisis faktor. Dalam analisis SEM, tiga kegiatan dapat dilakukan secara bersamaan, termasuk pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (terkait dengan faktor konfirmatori), pengujian model pengukuran (*outer model*), pengujian model struktural

(*inner model*), dan pengujian hipotesis (Ghozali & Latan, 2015).

Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model menggambarkan hubungan antara setiap blok indikator dengan variabel laten yang bersangkutan. Penilaian *outer model* melibatkan analisis faktor konfirmatori yang menggunakan pendekatan MTMM (*Multi-Trait-Multi-Method*) untuk menguji validitas konvergen dan diskriminan. Sementara itu, reliabilitas diuji dengan dua metode, yakni menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghozali & Latan, 2015).

1. Convergent Validity

Convergent Validity pada indikator refleksi dapat diidentifikasi melalui korelasi antara skor item atau indikator dengan skor konstraknya. Ukuran reflektif dianggap tinggi jika korelasi tersebut melebihi 0,70 dengan konstruk yang hendak diukur. Namun, dalam pengembangan skala, loading sekitar 0,50 hingga 0,60 dianggap sudah memadai (Ghozali & Latan, 2015).

2. Discriminant Validity

Discriminant Validity dapat diperoleh melalui *cross loading* antara indikator dan konstraknya. Uji validitas diskriminan dapat dinilai melalui *Average Variance Extracted* (AVE). Jika nilai AVE pada setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, maka dapat dianggap bahwa validitas diskriminan pada nilai tersebut memadai (Ghozali & Latan, 2015).

3. Composite Reliability

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengonfirmasi akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.2, reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat diukur

dengan dua metode, yaitu menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Suatu konstruk dianggap dapat diandalkan jika nilai composite reliability dan Cronbach's Alpha melebihi 0,70 (Ghozali & Latan, 2015).

Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model menggambarkan koneksi atau kekuatan estimasi antara variabel laten atau konstruk berdasarkan teori substansial yang terkait.

1. R-Square

Dalam *inner model*, langkah awalnya adalah menilai R-Square untuk setiap variabel laten endogen sebagai indikator kekuatan prediksi dari *inner model*. Pengujian *inner model* dilakukan dengan memeriksa nilai R-square, yang berfungsi sebagai uji goodness-of-fit model. Perubahan dalam nilai R-square dapat digunakan untuk menjelaskan dampak substantif dari variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Sebagai keterangan, nilai R-square sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model tersebut kuat, moderat, dan lemah secara berurutan (Ghozali & Latan, 2015).

2. Q-Square

Q-square Predictive relevance pada model struktural berfungsi untuk mengevaluasi sejauh mana nilai observasi yang dihasilkan oleh model sejalan dengan estimasi parameter. Sebuah nilai Q-square sebesar 0 menandakan bahwa model memiliki predictive relevance, sementara nilai Q-square yang kurang dari 0 menunjukkan kurangnya predictive relevance pada model. Ukuran Q² memiliki rentang nilai antara $0 < Q^2 < 1$, di mana semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model tersebut semakin baik (Ghozali & Latan, 2015).

Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Salah satu pendekatan metode yang menerapkan PLS adalah metode penelitian eksplanatif karena metode ini

mencakup pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dievaluasi melalui nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis didasarkan pada $p\text{-value} < 0,05$ (Ghozali & Latan, 2015). Pengujian ini menggunakan uji t-tabel, di mana nilai T statistik yang melebihi 1,96 pada alpha 5% dianggap signifikan, dan sebaliknya (Andiza et al., 2021). Jika hasil pengujian hipotesis pada outer model signifikan, ini menunjukkan bahwa indikator dapat diandalkan sebagai instrumen pengukur variabel laten. Sementara itu, jika hasil pengujian pada inner model signifikan, ini

mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel laten terhadap variabel laten lainnya.

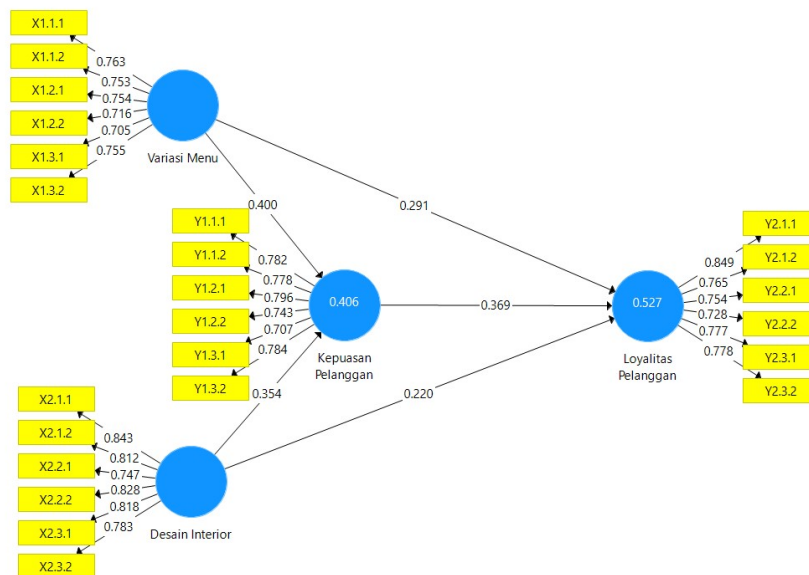
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Outer Model (Model Pengukuran)

Outer model merupakan uji awal dalam penelitian yang menggunakan metode Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Pada tahap ini, evaluasi dilakukan untuk memahami hubungan antara konstruk dan variabel indikator melalui pengujian validitas dan reliabilitas.

Gambar 1. Hasil Uji Outer Model



Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 3.2.8 (2024)

1. Convergent Validity

Convergent validity di uji menggunakan nilai outer loadings dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Di bawah ini

adalah tabel yang menampilkan faktor beban dari indikator yang telah diproses oleh peneliti melalui perangkat lunak SmartPLS 3.2.8:

Table 2. Nilai Loading Factor

Variabel	Indikator	Outer Loading	Loading Factor	Hasil Uji
Variasi Menu	X1.1.1	0.763	0.70	Valid
	X1.1.2	0.753	0.70	Valid
	X1.2.1	0.754	0.70	Valid
	X1.2.2	0.716	0.70	Valid
	X1.3.1	0.705	0.70	Valid
	X1.3.2	0.755	0.70	Valid
Desain Interior	X2.1.1	0.843	0.70	Valid
	X2.1.2	0.812	0.70	Valid
	X2.2.1	0.747	0.70	Valid
	X2.2.2	0.828	0.70	Valid
	X2.3.1	0.818	0.70	Valid
	X2.3.2	0.783	0.70	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1.1.1	0.782	0.70	Valid
	Y1.1.2	0.778	0.70	Valid
	Y1.2.1	0.796	0.70	Valid
	Y1.2.2	0.743	0.70	Valid
	Y1.3.1	0.707	0.70	Valid
	Y1.3.2	0.784	0.70	Valid
Loyalitas Pelanggan	Y2.1.1	0.849	0.70	Valid
	Y2.1.2	0.765	0.70	Valid
	Y2.2.1	0.754	0.70	Valid
	Y2.2.2	0.728	0.70	Valid
	Y2.3.1	0.777	0.70	Valid
	Y2.3.2	0.778	0.70	Valid

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3.2.8 (2024)

Seperti yang terlihat pada Tabel 2. uji convergent validity menunjukkan bahwa semua loading factor dari masing-masing indikator dinyatakan valid karena semua nilai yang telah diuji memiliki hasil yang lebih besar dari 0.70. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator yang diuji dapat mengukur variabel latennya secara tepat. Sehingga

seluruh indikator yang telah diuji dapat dilanjutkan ke tahap pengujian selanjutnya. Selain evaluasi nilai faktor loading, dalam mengevaluasi validitas konvergen juga perlu untuk melihat nilai AVE. AVE (*Average Variance Extracted*) dapat dikatakan valid apabila suatu variabel memiliki nilai diatas 0.50.

Table 3. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Hasil Uji
Variasi Menu (X1)	0.550	Valid
Desain Interior (X2)	0.650	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0.586	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y2)	0.602	Valid

Sumber: Hasil Output SmartPLS 3.2.8 (2024)

Suatu variabel dapat dikatakan memenuhi syarat apabila AVE memiliki nilai yang lebih besar dari 0.50. Berdasarkan tabel 3. seluruh variabel yang diuji yaitu Variasi Menu, dan Desain Interior, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan memiliki nilai lebih besar dari 0.50. Hal ini menyatakan bahwa semua variabel laten memenuhi syarat convergent validity dan tergolong baik.

2. Discriminant Validity

Setelah melakukan uji *convergent validity*, tahap berikutnya yang dilakukan adalah uji *discriminant*

validity yang menggunakan nilai *cross loading*. Suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi syarat apabila nilai *cross loading* indikator pada variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya. Uji *discriminant validity* akan dilakukan melalui dua tahap yaitu uji *cross loading*. Berikut merupakan rincian data hasil pengujian *cross loading*.

Table 4. Nilai Cross Loading

Indikator	Variasi Menu (X1)	Desain Interior (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y1)	Loyalitas Pelanggan (Y2)
X1.1.1	0.763	0.310	0.363	0.388
X1.1.2	0.753	0.289	0.332	0.377
X1.2.1	0.754	0.374	0.475	0.487
X1.2.2	0.716	0.337	0.435	0.456
X1.3.1	0.705	0.251	0.416	0.453
X1.3.2	0.755	0.312	0.396	0.423
X2.1.1	0.286	0.843	0.426	0.413
X2.1.2	0.319	0.812	0.407	0.458
X2.2.1	0.283	0.747	0.395	0.430
X2.2.2	0.288	0.828	0.421	0.433
X2.3.1	0.391	0.818	0.408	0.428
X2.3.2	0.475	0.783	0.471	0.432
Y1.1.1	0.429	0.401	0.782	0.607
Y1.1.2	0.395	0.421	0.778	0.437
Y1.2.1	0.370	0.320	0.796	0.456
Y1.2.2	0.461	0.387	0.743	0.531
Y1.3.1	0.373	0.405	0.707	0.372
Y1.3.2	0.478	0.463	0.784	0.515
Y2.1.1	0.445	0.410	0.505	0.849
Y2.1.2	0.407	0.392	0.418	0.765
Y2.2.1	0.402	0.447	0.420	0.754
Y2.2.2	0.416	0.354	0.414	0.728
Y2.3.1	0.581	0.414	0.523	0.777
Y2.3.2	0.455	0.467	0.663	0.778

Sumber: Hasil Output SmartPLS 3.2.8 (2024)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh informasi bahwa pada masing-masing indikator telah memenuhi *diskriminan validity*, hal ini terbukti dari adanya nilai outer loading terbesar yang ada disetiap variabel dan lebih besar dari 0.7.

3. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menentukan keterkaitan faktor pada tes dengan faktor lainnya. Berdasarkan uji reliabilitas dapat dikatakan memenuhi syarat apabila nilai variabel laten yang diujikan harus bernilai lebih besar dari

0.70 baik itu nilai *Cronbach's alpha* maupun nilai *compositte reliability*.

Berdasarkan hasil pengujian tabel 5. seluruh variabel yang diuji memiliki nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang lebih besar dari 0.70 sehingga seluruh variabel yang diuji dinyatakan reliabel dan masing- masing indikator sanggup mewakili variabelnya sendiri. Berikut adalah hasil pengolahan data berdasarkan nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*:

Table 5. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Batas	Hasil Uji
Variasi Menu	0.837	0.880	0.70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.859	0.895	0.70	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0.868	0.901	0.70	Reliabel
Desain Interior	0.892	0.917	0.70	Reliabel

Sumber : Hasil Output SmartPLS 3.2.8 (2024)

Inner Model (Model Struktural)

Evaluasi *inner model (structural model)* merupakan tahap kedua dalam uji penelitian yang menerapkan penggunaan metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Evaluasi ini bertujuan untuk memprediksi hubungan kausalitas atau hubungan sebab akibat antara variabel melalui R^2 value (*Coefficient of Determination*), dan *Predictive Relevance Q^2* .

1. R^2 Square

Coefficient of Determination (R^2) merupakan ukuran proporsi variansi konstruk endogen yang dijelaskan oleh konstruk prediktornya. Ini menunjukkan kekuatan penjelas model sehubungan dengan konstruksi endogen tertentu. Nilai R^2 berada pada rentang nilai 0 sampai dengan 1 yang mana pada nilai 0.25 mengartikan tingkat keakuratan prediksi yang lemah; 0.50 mengartikan sedang; 0.75 mengartikan kuat. Berikut merupakan rincian hasil pengolahan uji R^2 value (*Coefficient of Determination*):

Table 6. Nilai *R Square* dan *R Square Adjusted*

Variabel	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0.406	0.396	Sedang
Loyalitas Pelanggan	0.527	0.514	Sedang

Sumber : Hasil Output SmartPLS 3.2.8 (2024)

Dari hasil uji koefisien determinasi tersebut, nilai R^2 (*R Square*) dari model regresi digunakan untuk mengukur seberapa efektif variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

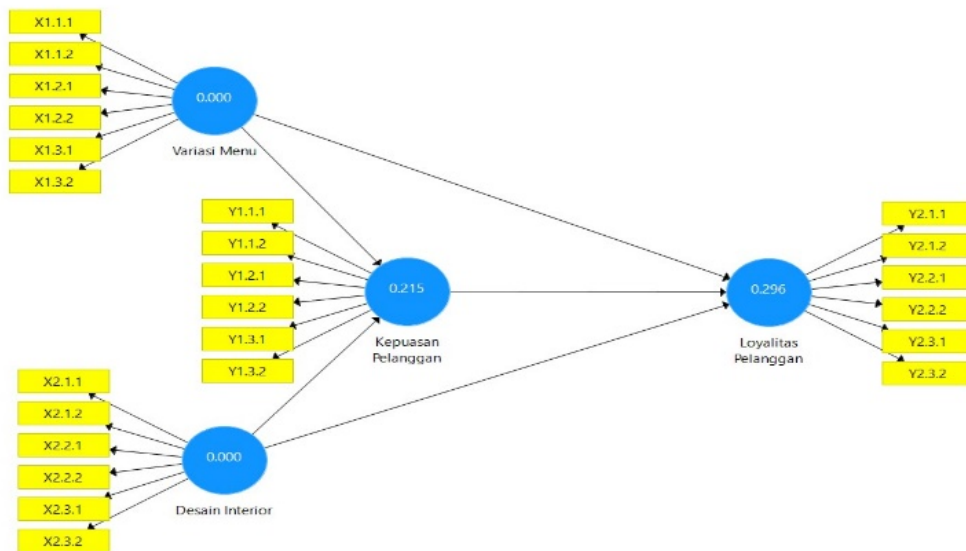
Berdasarkan tabel tersebut, disimpulkan bahwa nilai R^2 sebesar 0.406 hal ini berarti bahwa 40.6% variasi dalam variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi dari dua variabel independen, yaitu Variasi Menu dan Desain Interior. Sementara itu, bagian yang tersisa mencapai ($100\% - 40.6\% = 59.4\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Pada variabel Loyalitas Pelanggan diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0.527 hal ini berarti bahwa 52.7% variasi dari variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi dari tiga variabel independen yaitu Variasi Menu, Desain Interior, dan Kepuasan Pelanggan. Sedangkan

sisanya sebesar ($100\% - 52.7\% = 47.3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

2. *Predictive Relevance Q^2*

Pengujian Q^2 melakukan pengujian relevansi prediktif dari model yang kompleks dengan menggunakan prosedur *blindfolding*. *Blindfolding* adalah penggunaan indikator sampel yang menghilangkan setiap titik data ke dalam indikator konstruk endogen dan mengestimasi parameter dengan titik data yang tersisa. *Predictive Relevance Q^2* dapat dikatakan memenuhi syarat dan diterima apabila nilai Q^2 harus lebih besar dari 0 sehingga menunjukkan bahwa model tersebut memiliki relevansi prediktif pada suatu model. Sebaliknya, apabila Q^2 bernilai 0 atau di bawahnya maka tidak menunjukkan adanya relevansi prediktif pada suatu model. Berikut merupakan model penelitiannya:

Gambar 2. Hasil Uji *Blindfolding*



Sumber : Hasil Output SmartPLS 3.2.8 (2024)

Table 7. Nilai Q^2 *Predict*

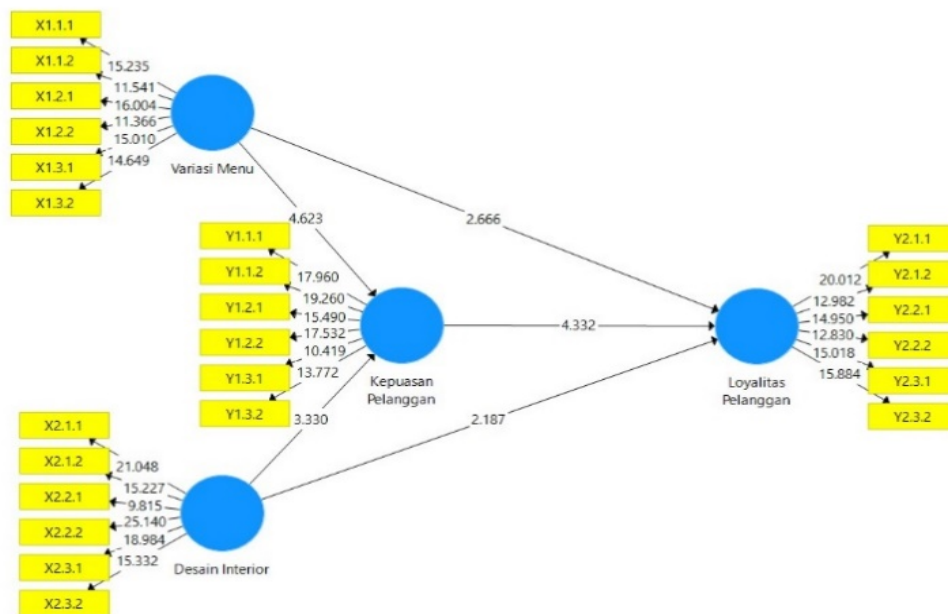
Variabel	Q^2 <i>Predict</i>	Hasil Uji
Kepuasan Pelanggan	0.215	Relevan
Loyalitas Pelanggan	0.296	Relevan

Sumber : Hasil Output SmartPLS 3.2.8 (2024)

Menurut data yang terdapat pada tabel 7. dapat dilihat bahwa variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai Q^2 sebesar 0.215 atau 21.5% sedangkan untuk Loyalitas Pelanggan memiliki nilai Q^2 sebesar 0.296 atau 29.6% yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0 yang berarti kedua variabel menunjukkan adanya relevansi prediktif.

Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis akan dilakukan guna untuk mengetahui pengaruh langsung antar variabel. Uji hipotesis bertujuan untuk menunjukkan hubungan yang telah dihipotesiskan dengan praktik simulasi. Berikut merupakan model penelitiannya.

Gambar 3. Hasil Uji Hipotesis *Bootstrapping*

Sumber : Hasil Output SmartPLS 3.2.8 (2024)

Uji hipotesis dilakukan dengan teknik *bootstrapping*. Data yang digunakan untuk *bootstrapping* adalah data yang sudah dilakukan dalam tahapan *measurement*. Untuk tahap uji hipotesis berpacu terhadap tiga tahapan yaitu *path coefficient (original sample)*, *t-statistics*, dan *p-value*. Berikut adalah rincian ketentuan dari masing-masing tahapan :

1. Pada nilai *path coefficient (original sample)* hasil yang memiliki tanda +1 mewakili hubungan positif yang kuat antar variabel, begitu juga sebaliknya jika hasil nilai *path coefficient* memiliki tanda -1 mewakili nilai negatif yang kuat antar variabel
2. Pada tingkat signifikansi atau α (*alpha*) sebesar 5% (0,05) suatu

variabel laten dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel laten lainnya apabila nilai *t-statistics* bernilai sebesar >1.96 . Sementara *t-statistics* yang bernilai <1.96 berarti bahwa antar variabel laten yang diuji kurang berpengaruh signifikan.

3. Pada nilai *p-value* yang kurang dari 0.05 dinyatakan bahwa variabel yang satu dapat mempengaruhi variabel lainnya. Sedangkan nilai *p-value* yang lebih besar dari 0.05 dinyatakan bahwa variabel yang satu tidak berpengaruh terhadap variabel lain.

Table 8. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Value</i>
H1	Variasi Menu > Kepuasan Pelanggan	0.400	4.623	0.000
H2	Desain Interior > Kepuasan Pelanggan	0.354	3.330	0.001
H3	Variasi Menu > Loyalitas Pelanggan	0.291	2.666	0.008
H4	Desain Interior > Loyalitas Pelanggan	0.220	2.187	0.029
H5	Kepuasan Pelanggan > Loyalitas Pelanggan	0.369	4.332	0.000

Sumber : Hasil Output SmartPLS 3.2.8 (2024)

Pada table 8. tertera data yang dapat digunakan untuk pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan didapatkan nilai *t-statistics* sebesar 4.623 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 1.96 serta mendapatkan nilai *p-value* sebesar 0.000 yang angkanya lebih kecil dari 0.05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain itu, didapatkan nilai *original sample* sebesar 0.400 yang artinya Variasi Menu berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai ini memperlihatkan

bahwa sesuai pada dugaan sementara yang diberikan, jadi hipotesis 1 **diterima**.

2. Pengaruh Desain Interior terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian Desain Interior terhadap Kepuasan Pelanggan didapatkan nilai *t-statistics* sebesar 3.330 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 1.96 serta mendapatkan nilai *p-value* sebesar 0.001 yang angkanya lebih kecil dari 0.05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Desain Interior berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain itu, didapatkan nilai *original sample* sebesar 0.354 yang artinya Desain Interior berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai ini memperlihatkan bahwa sesuai pada

dugaan sementara yang diberikan, jadi hipotesis 2 **diterima**.

3. Pengaruh Variasi Menu terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian Variasi Menu terhadap Loyalitas Pelanggan didapatkan nilai *t-statistics* sebesar 2.666 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 1.96 serta mendapatkan nilai *p-value* sebesar 0.008 yang angkanya lebih kecil dari 0.05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Selain itu, didapatkan nilai *original sample* sebesar 0.291 yang artinya Variasi Menu berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai ini memperlihatkan bahwa sesuai pada dugaan sementara yang diberikan, jadi hipotesis 3 **diterima**.

4. Pengaruh Desain Interior terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian Desain Interior terhadap Loyalitas Pelanggan didapatkan nilai *t-statistics* sebesar 2.187 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 1.96 serta mendapatkan nilai *p-value* sebesar 0.029 yang angkanya lebih kecil dari 0.05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Desain Interior berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Selain itu, didapatkan nilai *original sample* sebesar 0.220 yang artinya Desain Interior berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai ini memperlihatkan bahwa sesuai pada dugaan sementara yang diberikan, jadi hipotesis 4 **diterima**.

5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan didapatkan nilai *t-statistics* sebesar 4.332 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 1.96 serta mendapatkan nilai *p-value* sebesar 0.000 yang nilainya lebih kecil dari 0.05. Hasil pengujian ini

menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Selain itu, didapatkan nilai *original sample* sebesar 0.369 yang artinya Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai ini memperlihatkan bahwa sesuai pada dugaan sementara yang diberikan, jadi hipotesis 5 **diterima**.

Pengaruh Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pengujian hipotesis pertama (H1), dapat disimpulkan bahwa Variasi Menu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin beragamnya pilihan menu yang ditawarkan oleh Cafe Pizzaku Muara Badak, maka konsumen juga akan merasa semakin puas. Dalam konteks ini, penting bagi manajemen kafe untuk terus memperhatikan dan mengelola variasi menu dengan baik guna mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan memperkuat posisi cafe di pasar lokal. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa variasi menu atau keragaman produk mempengaruhi kepuasan pelanggan (Nurapriliana *et. al.*, 2023 ; Wardhani & Dwijayanti, 2021).

Berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan, Variasi menu yang ditawarkan oleh Cafe Pizzaku memberikan pelanggan pilihan yang lebih beragam dalam memilih hidangan sesuai dengan preferensi dan selera mereka. Dengan adanya variasi menu yang cukup, pelanggan memiliki kesempatan untuk mengeksplorasi berbagai jenis hidangan dan mencoba menu-menu baru yang mungkin menarik

minat mereka. Hal ini secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan karena mereka merasa bahwa cafe memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut beberapa konsumen, pentingnya variasi menu dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Manajemen Cafe Pizzaku Muara Badak perlu terus memperhatikan kualitas, inovasi, dan relevansi dari variasi menu yang ditawarkan agar tetap menarik bagi pelanggan. Selain itu, pemahaman yang baik tentang preferensi pelanggan dan tren pasar juga diperlukan untuk mengembangkan menu yang sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, fokus pada penyediaan variasi menu yang berkualitas dan relevan dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat posisi Cafe Pizzaku di pasar lokal.

Pengaruh Desain Interior Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pengujian hipotesis kedua (H2), dapat disimpulkan bahwa Desain Interior memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan desain interior restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Pohan, 2021; Sitorus, 2022).

Berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan, strategi pengelolaan desain interior di Cafe Pizzaku Muara Badak yang berfokus pada kepuasan pelanggan sejalan dengan tujuan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan berkesan. Desain interior dipertimbangkan dengan

baik di Cafe Pizzaku Muara Badak menyoroti peran penting manajemen dalam memperhatikan detail-detail lingkungan fisik yang menentukan pengalaman pelanggan. Manajemen café terus memantau umpan balik pelanggan terkait dengan desain interior dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk memenuhi ekspektasi mereka. Dengan memastikan bahwa desain interior cafe sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan, Café Pizzaku Muara Badak dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek tersebut.

Menurut hasil penelitian, beberapa konsumen sangat puas pada Cafe Pizzaku Muara Badak karena selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas desain interior di Cafe Pizzaku Muara Badak dalam manajemen fasilitas dan juga lingkungan cafe. Manajemen Café Pizzaku Muara Badak mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk merawat dan memperbaharui desain interior secara berkala agar tetap menarik dan relevan dengan perkembangan tren dan preferensi pelanggan. Dengan demikian, Cafe Pizzaku Muara Badak dapat selalu menjaga daya tariknya di mata pelanggan dan terus menjadi destinasi kuliner yang diminati warga lokal.

Pengaruh Variasi Menu Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pengujian hipotesis ketiga (H3), dapat disimpulkan bahwa Variasi Menu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak. Variasi menu membuat para pelanggan memiliki pengalaman kuliner yang berbeda setiap kali mereka mengunjungi Café Pizzaku Muara Badak, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap merek cafe

tersebut. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mengutarakan keberagaman atau variasi produk justru berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial maupun secara simultan (Hasibuan *et. al.*, 2022 ; Sinambela & Mardikaningsih, 2022).

Berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan, Cafe Pizzaku Muara Badak memiliki peran strategis manajemen dalam merencanakan dan mengelola menu cafe agar menciptakan loyalitas pelanggan. Manajemen cafe Pizzaku Muara Badak terus memperhatikan tren pasar, preferensi pelanggan, dan permintaan pelanggan untuk memastikan bahwa variasi menu tetap menarik dan relevan. Dengan memperkenalkan menu baru secara berkala, mempertahankan menu favorit pelanggan yang lama, serta menghadirkan variasi makanan dan minuman yang memenuhi kebutuhan berbagai jenis pelanggan, kafe dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

Manajemen café yang berfokus pada variasi menu sebagai kunci keberhasilan dalam memperkuat loyalitas pelanggan di Cafe Pizzaku Muara Badak. Sejalan dengan tujuan cafe untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkesan. Menuut hasil penelitian, beberapa pelanggan menjadi loyal dikarenakan café ini menyediakan pilihan menu yang beragam, kualitas yang konsisten, dan layanan yang ramah, serta karyawan café ini dapat membentuk hubungan yang erat dengan pelanggan dan menjadi destinasi kuliner yang dipilih secara konsisten oleh mereka. Hal ini akan membawa manfaat jangka panjang bagi cafe dalam membentuk loyalitas pelanggan yang kuat dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Pengaruh Desain Interior Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pengujian hipotesis keempat (H4), dapat disimpulkan bahwa Variasi Menu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak. Desain interior Café Pizzaku Muara Badak, yang mencakup elemen-elemen seperti tata letak, dekorasi, pencahayaan, dan pengaturan ruang, tidak hanya menciptakan atmosfer yang menyenangkan bagi para pelanggan, tetapi juga membangun pengalaman yang positif dan berkesan saat mengunjungi cafe tersebut. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan Desain Interior berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nilo Coffee and Crissant Denpasar (Antonia, 2022).

Daerah Muara Badak sendiri memiliki beragam macam café, namun pelanggan selalu ingin berkunjung ke Café Pizzaku Muara Badak karena desain interior café ini selalu menciptakan lingkungan fisik yang menarik mulai dari pemilihan furnitur hingga penataan ruang, sehingga menjadi salah satu pertimbangan pelanggan jika ingin berkunjung ketempat lainnya. Dengan memahami preferensi dan ekspektasi pelanggan, Café Pizzaku Muara Badak merancang desain interior yang sesuai dengan citra merek cafe dan selalu mengikuti trend agar meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Pada temuan penelitian ini beberapa konsumen juga mengatakan Cafe Pizzaku Muara Badak perlu memastikan bahwa desain interior harus tetap terawat dan diperbaharui secara berkala sesuai dengan tren terbaru dan perubahan dalam preferensi pelanggan. Dengan memperhatikan detail-detail kecil dan menjaga kualitas dari waktu ke waktu, Cafe Pizzaku Muara Badak ini dapat

membangun citra yang positif di mata pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka terhadap merek tersebut.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pengujian hipotesis kelima (H5), dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak. Pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka di café tersebut, baik dari segi produk maupun layanan, mereka cenderung lebih memilih untuk kembali ke Cafe Pizzaku Muara Badak di masa mendatang. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya pada objek PT. Matahari Department Store Mantos 2 yang mengatakan Kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Putri *et. al.*, 2021).

Sesuai dengan hasil pengamatan langsung di lapangan, kepuasan pelanggan Cafe Pizzaku Muara Badak disebabkan oleh konsistensi café dalam memberikan layanan dan produk yang berkualitas seperti salah satu contoh variasi menu yang beragam serta desain interior yang menarik. Café Pizzaku Muara Badak selalu memastikan bahwa standar pelayanan dan produk tetap konsisten dari waktu ke waktu, serta merespons dengan cepat terhadap masukan pelanggan. Dengan menjaga kualitas dan konsistensi dalam memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan, cafe dapat membangun reputasi yang baik dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Menurut owner Café Pizzaku Muara Badak kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memberikan

layanan yang ramah dan berkualitas, Cafe Pizzaku dapat menciptakan hubungan yang erat dengan pelanggan dan menjadi destinasi kuliner yang dipilih secara konsisten oleh mereka. Hal ini akan membawa manfaat jangka panjang bagi cafe dalam bentuk pertumbuhan bisnis yang stabil dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Variasi Menu dan Desain Interior Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak
2. Desain Interior berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak
3. Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak
4. Desain Interior berpengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak
5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Pizzaku Muara Badak

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan penyampaian kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang berupaya untuk memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait. Saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan diharapkan mampu memanfaatkan media sosial dan

strategi pemasaran lainnya untuk memperkenalkan variasi menu baru, desain interior baru agar menarik pelanggan. Berikan penawaran khusus atau diskon untuk menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya Diharapkan untuk melibatkan pemilik atau manajemen Cafe dalam proses penelitian untuk memperoleh wawasan langsung dan mendukung implementasi rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andiza, T. ., Tanjung, D., & Sosmiarti, S. (2021). Ketimpangan Pendapatan, Kepuasan Kerja Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Guru Honorer Taman KanakKanak Di Kota Padang. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(1), 90–101.
- [2] Antonia, L. (2022). Pengaruh desain interior & atmosfer restoran terhadap loyalitas pelanggan restoran nilo coffee & croissant. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(7), 1750–1765. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i7.119>
- [3] Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- [4] Ariningtyas, E., & Rachmawati K, I. A. K. (2020). Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wedangan Jimboeng. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 7(1), 115–123. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.670>
- [5] Erlinda, Sulfitra, Marlizar, Murad, S., & Reza, M. (2022). Pengaruh Harga Dan Desain Interior Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Arshiya Market di Kabupaten Aceh Besar. *Menara Ekonomi*, VIII(3), 316–323.
- [6] Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2th ed.)*. No Title. Badan Penerbit Univrsitas Diponegoro.
- [7] Hasibuan, E. J., Simanjorang, E. F. S., (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah *Insight: Jurnal Ilmiah* 17(2), 202–216. <https://ejournal.unib.ac.id/Insight/article/view/22963%0Ahttps://ejournal.unib.ac.id/Insight/article/download/22963/11196>
- [8] Herawati, T., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online dimasa Pandemi Covid-19. *Islamic Economics and Finance Journal*, 1(1), 13–25. <https://doi.org/10.55657/iefj.v1i1.5>
- [10] Kholifah, U., Kusnadi, E., & Fandiyanto, R. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Endorser Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D’Poto Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 790.

- <https://doi.org/10.36841/jme.v1i4.2092>
- [11] Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Prenhallindo.
- [12] Kotler, P., & Gary, A. (2008). *Marketing Manajemen* (12th ed.). Erlangga.
- [13] Kurniawan. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITASPELANGGAN (Studi pada Rumah Makan Bebek Kaleyo CabangCempaka Putih). *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(Xx).
- [14] Monica, F., Tulistyantoro, L., & Mulyono, H. (2022). Analisa Peran Desain Interior Dalam Menunjang Minat Pengunjung Untuk Revisit Kafe Redback dan Common Grounds Surabaya. *Jurnal Pengetahuan & Perancangan Desain Interior* |, 10(2), 106–118.
- [15] Nugraha, R. N., & Salsabila, R. A. D. A. S. (2023). Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Cuci Mulut Depok). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 01(10), 1–23.
- [16] Nurapriila, W., Sissah, S., & Putriana, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung UMKM Minas Syukur Kambang. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(4). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat/article/view/487>
- [17] Oktavianto, R. (2017). Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Ritel Toko Avia Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1), 1–10.
- [18] Pohan, J. (2021). Analisis Price,Service Quality Dan Desain Interior Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Ayam Penyet Cindelas). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 10(01), 6.
- [19] Prasetyo, S. A. (2016). Kajian Desain Interior Restoran Piazza Italia dan Brandi Pizzeria di Surabaya. *Jurnal Intra*, 4(1), 7–15.
- [20] Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33202>
- [21] Ramdani, E. P., Farida, E., & Khalikussabir. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Equal Cafe. *E – Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEME*, 2008, 32–42.
- [22] Sasongko, M. F., Fauziah, F., & Hayati, N. (2023). Analisis Sentimen Opini Masyarakat Terhadap Kuliner DKI Jakarta dengan Metode Naïve Baiyes dan Support Vector Machine. *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 7(3), 241. <https://doi.org/10.30998/string.v7i3.13931>
- [23] Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33. <https://doi.org/10.52005/bisnisma>

- n.v3i2.45
- [24] Sinambela, E. A., & Mardikaningsih, R. (2022). Harga Dan Keberagaman Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran. *Jurnal Satyagraha*, 05(01), 37–47. <http://ejournal.universitasmahendradatta.ac.id/index.php/satyagraha/article/view/347/301>
- [25] Sitorus, O. T. (2022). Pengaruh Desain Interior Restoran Terhadap Kepuasan Tamu Di Restoran Sutomo Café Pada Putra Mulia Hotel. *Niagawan*, 11(3), 293. <https://doi.org/10.24114/niaga.v11i3.39628>
- [26] Tiffani, F. (2018). Analisa Pengaruh Desain Buku Menu Terhadap Minat Beli Konsumen Di Caturra Espresso Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(2), 318–328.
- [27] Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14169>
- [28] Yulinda, A. T., Kusuma, M., & Susanti, W. (2022). PENGARUH DESAIN INTERIOR, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Dapoer Yuga Cafe And Resto Kayu Arang, Sukaraja). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(2), 418–431. <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v4i2.3103>
- [29] Zahara, R. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3, 31–38.

