



# PENERBITAN ARTIKEL MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi

E-ISSN: 2599-0578 ISSN: 2598-7496

Vol. 3 No. 1 April 2019 hal 1- 10

---

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, EXTERIOR DAN INTERIOR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA CAFFE JIERO WEDANGAN JL. BALI NO. 17 MADIUN)

**Lahuri, Hadi Sumarsono, Siti Chamidah.**

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email Korespondensi : [inihuri5@gmail.com](mailto:inihuri5@gmail.com)

### Abstract

This study aims to examine the effect of service quality, exterior, and interior on customer satisfaction. The study population was consumers of caffe jiero wedangan Madiun. The sampling technique used was incidental sampling, so that 90 respondents were used as research samples. The statistical method used is partial testing, simultaneous to test the direct effect of service quality, exterior and interior on customer satisfaction.

The results of the study show that partially the service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, exterior does not affect and negatively affect the capital structure, and the interior has a positive and significant effect on customer satisfaction. The results of the study simultaneously service quality, exterior and interior have a significant effect on customer satisfaction.

**Kata kunci:** Service Quality, Exterior, Interior, customer satisfaction.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, exterior, dan interior terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelitian ini adalah konsumen caffe jiero wedangan Madiun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah insidental sampling, sehingga diperoleh 90 responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Metode statistik yang digunakan adalah pengujian secara parsial, simultan untuk menguji pengaruh secara langsung kualitas pelayanan, exterior dan interior terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, exterior tidak berpengaruh dan negatif terhadap struktur modal, dan interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian secara simultan kualitas pelayanan, exterior, dan interior berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Exterior, Interior,kepuasan konsumen.



# PENERBITAN ARTIKEL MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi

E-ISSN: 2599-0578 ISSN: 2598-7496

Vol. 3 No. 1 April 2019 hal 1- 10

## Pendahuluan

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya Kotler (1995). Kepuasan konsumen merupakan penentuan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut ke mulut yang positif dan kesetiaan pelanggan. Kepuasan konsumen akan mempengaruhi intensitas perilaku untuk membeli jasa dari penyedia jasa yang sama, Assegaff (2009).

Menurut Kotler (2000:440) menyatakan bahwa kelima dimensi pokok kualitas pelayanan: *Reliability, Responsiviness, Emphaty, Assurance, Tangible*.

Menurut Berman dan Evans (2010:508) dalam Tendean & Widodo (2015) *store atmosphere* adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting dalam menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen yang berada di dalam toko dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi gambaran konsumen dan perilaku pembelian. Elemen-elemen *store atmosphere* menurut Berman & Evans (2010:509) dapat dibagi menjadi empat elemen utama, yaitu: *Exterior, General Interior, Store Layout* dan *Interior Display*.

Di Madiun, perkembangan cafe sudah mulai berkembang dengan cepat. Satu diantara cafe yang menjadi pelopor pembuka cafe di Madiun adalah cafe Jiero Wedangan. Cafe Jiero Wedangan beroperasi di Jalan Bali No. 17 Madiun. Lokasinya yang strategis berada di tengah kota memudahkan para konsumen untuk berkunjung. Cafe Jiero Wedangan juga memberikan konsep yang cukup baik dari segi interior cafe, hal ini menjadikannya ramai dikunjungi pada saat itu. Cafe Jiero Wedangan memiliki konsep desain interior yang unik dan bedadari yang lainnya sehingga konsumen kerap menjadikannya sebagai tempat *selfie*. Tidak hanya itu saja, cafe Jiero Wedangan Madiun menyediakan fasilitas seperti tempat beribadah, wifi, toilet, dan musik. Berikut adalah data penjualan yang diterima oleh cafe "Jiero Wedangan Madiun" pada 3 tahun terakhir.

**Tabel 1.1 Data Penjualan 3 Tahun Terakhir Pada Periode Bulan September 2015  
– Agustus 2017**

Tahun	Jumlah Konsumen	Jumlah Penjualan
I	19.714	Rp 278.140.000
II	16.908	Rp 238.892.000
III	14.446	Rp 205.545.000

Sumber : Cafe Jiero Wedangan Madiun, 2017



# PENERBITAN ARTIKEL MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi

E-ISSN: 2599-0578 ISSN: 2598-7496

Vol. 3 No. 1 April 2019 hal 1- 10

**Tabel 1.2 Data Keluhan Pelanggan Cafe Jiero Wedangan**

No	Keluhan Pelanggan
1.	Terdapat konsumen yang mengeluhkan karena toilet yang kurang bersih dan wangi
2.	Pesanan yang terkadang tidak sesuai antrian, membuat pelanggan kesal.
3.	Terdapat salah satu karyawan yang memberikan respon yang kurang baik, ketika pelanggan menanyakan pesanan yang belum datang.
4.	Tempat parkir yang kurang luas sehingga pelanggan kesulitan untuk parkir kendaraan.
5.	Konektifitas Wifi tidak lancar

*Sumber : Wawancara dengan Owner Cafe Jiero Wedangan Madiun, 2017*

Dari efek ketidakpuasan konsumen tersebut diduga berimbas juga pada penurunan pelanggan dan penjualan pada data 3 tahun terakhir periode 2015-2017. Dari penjabaran diatas masalah dari penelitian ini adalah bagaimana menciptakan kembali kepuasan konsumen cafe “Jiero Wedangan Madiun”.

## **Teoritis**

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut Kotler dan Amstrong (2004), Manajemen Pemasaran yaitu analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. “Perusahaan yang sukses saat ini (besar atau kecil, pencari laba atau nirlaba, domestik, atau global) benar-benar fokus pada konsumennya dan berkomitmen pada pemasaran. Pemasaran berupaya menarik konsumen lama dengan menjanjikan nilai yang unggul dan tetap mempertahankan konsumen lama dengan memberikan kepuasan. Agar sukses, perusahaan harus benar-benar berfokus pada pasar.

### **Pemasaran**

Menurut Kotler (2005) mengidentifikasi pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk tau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dirinya sendiri, Kotler (2007).



# PENERBITAN ARTIKEL MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi

E-ISSN: 2599-0578 ISSN: 2598-7496

Vol. 3 No. 1 April 2019 hal 1- 10

## **Bauran Pemasaran**

Menurut Buchari Alma (2007:130) Bauran pemasaran merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang paling memuaskan.

Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P, yaitu *product* (produk), *price* (Harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi).

## **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah suatu ukuran yang merefleksikan antara struktur, proses dan hasil akhir pelayanan. Kepuasan konsumen dipandang sebagai konsep multidimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan dapat juga dipertimbangkan sebagai hubungan antara harapan dan pengalaman dimana semakin dekat dengan harapan akan semakin puas konsumen Assegaff (2009).

Cara Mengamati dan Mengukur Kepuasan Pelanggan menurut (Bearden dan Teel dalam Woodside, dk, 1989) yaitu:

- a. Determinan yang signifikan dari pengulangan pembelian.
- b. Informasi dari mulut kemulut yang positif.
- c. Kesetiaan pelanggan.

## **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2008), Kualitas layanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, kualitas memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas. Scheuning (2004) dalam Mulyono (2007).

## **Dimensi Pokok Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler (2000) dalam Mulyono (2007) menyatakan bahwa kelima dimensi pokok kualitas pelayanan adalah :

*Realibility, Responsiviness, Emphaty, Assurance, Tangible.*

## **Store Atmosphere**

*Store atmosphere* merupakan sesuatu yang berusaha ditampilkan oleh toko semenarik mungkin dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen.

## **Elemen-Elemen Store Atmosphere**

Elemen-elemen store atmosphere menurut Berman & Evans (2010:509) dalam Tendean & Widodo (2015) dapat dibagi menjadi empat elemen utama, yaitu:

- a. *Exterior*
- b. *General interior*
- c. *Store Layout*
- d. *Interior display*

## **Metode Penelitian**

### **Ruang Lingkup Penelitian**

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah *caffé Jiero Wedangan* yang beralamat di jalan Bali Madiun. Peneliti memilih tempat itu karena banyak konsumen atau pelanggan yang kerap datang dan melakukan pembelian di *Caffe Jiero Wedangan* tidak hanya dari kota



# PENERBITAN ARTIKEL MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi

E-ISSN: 2599-0578 ISSN: 2598-7496

Vol. 3 No. 1 April 2019 hal 1- 10

madiun saja namun juga dari kota lain seperti Ponorogo. Disini peneliti akan memperoleh atau mencari suatu data yang berasal dari responden yang akan diteliti oleh penulis. Secara spesifik ruang lingkup penelitian ini meliputi : kualitas pelayanan, exterior dan interior terhadap kepuasan konsumen pada Caffe Jero Wedangan Madiun.

Data kunjungan konsumen di caffe jero wedangan pada bulan Juli menunjukkan  $\pm$  450 orang. Data tersebut diperoleh langsung dari caffe jero wedangan dan menjadi acuan peneliti untuk menyebar kuesioner pada bulan Agustus. Berkenaan dengan penetapan responden dalam penelitian ini, lebih lanjut dijelaskan oleh Arikunto (2010) bahwa apabila subyeknya lebih dari 100 (seratus) orang maka sebaiknya di ambil antara 10% - 15% atau 20% - 25% atau lebih, sedangkan jika subyeknya kurang dari 100 orang, maka sebaiknya diambil seluruhnya. Data kunjungan konsumen di caffe jero wedangan pada bulan Juli berjumlah  $\pm$ 450 orang. Pada penelitian ini jumlah populasi di atas 100 orang, maka penulis memilih 20% sebagai acuan pengambilan jumlah sampel dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini cukup banyak, sehingga peneliti perlu meminimalisir jumlah sampel penelitian mengingat terbatasnya waktu penelitian.

Seorang peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian, baik keterbatasan waktu, tenaga dan biaya maka pengambilan sampel penelitian dilakukan hanya diambil 20% dari jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu  $450 \times 20\% = 90$ . Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 90 orang.

## Metode Pengambilan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah :

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden baik melalui kuesioner, contoh kuesioner responden.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer, melalui dokumentasi seperti buku-buku literatur dan dari web.

## Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua uji yaitu uji instrumen yang meliputi Uji validitas dan Uji Reliabilitas, sedangkan yang kedua adalah Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi berganda

## Hasil Dan Pembahasan

Hasil pengolahan data selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk analisis dan jawaban hipotesis penelitian yang diajukan. Proses analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Dimana sebelum melakukan tahap analisis data maka terlebih dahulu dilakukan uji reabilitas dan uji validitas kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik. Setelah diketahui semua hasil pengolahan data, selanjutnya akan dibahas dan yang terakhir adalah menarik kesimpulan yang didasarkan pada hasil analisis tersebut.



# PENERBITAN ARTIKEL MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi

E-ISSN: 2599-0578 ISSN: 2598-7496

Vol. 3 No. 1 April 2019 hal 1- 10

## Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan cara melihat nilai *sig* pada tabel *bivariate correlations*, karena suatu alat ukur (butir pertanyaan) dikatakan bisa valid jika tingkat signifikan dibawah angka 0,05(5%) atau jika nilai *r* hitung > nilai *r* tabel. Pada penelitian ini juga jumlah sampel adalah 90 responden, dengan begitu besarnya *degree of freedom* (*df*) = *n*-2 adalah 90 – 2 = 88, pada tingkat signifikansi 0,005 (5%) diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,2072 (lampiran tabel r).

Dapat dilihat bahwa seluruh Item pertanyaan untuk mengukur variabel Kualitas Layanan, Exterior, Interior dan Kepuasan Konsumen mempunyai nilai signifikan dibawah 0,005 (5%) dan nilai *r* tabel dari semua Item pertanyaan > *r* tabel (0,2072). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Exterior, Interior dan Kepuasan Konsumen dapat dikatakan valid.

## Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menyatakan bahwa nilai *cronbach alpha* > 0,60 untuk variabel Kualitas Pelayanan, Exterior, Interior, dan Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Interior dan Kepuasan Konsumen yang dijadikan sebagai instrument adalah reliabel atau dapat dipercaya dan dipergunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas instrument yang semakin tinggi akan membuktikan bahwa hasil ukur yang didapatkan semakin kuat dan terpercaya. Dan setiap item pertanyaan digunakan dapat memperoleh data yang konsisten yang berarti bila semua pertanyaan diajukan kembali akan diperoleh jawaban relatif sama dengan jawaban-jawaban sebelumnya.

## Uji Normalitas

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	.41020457
Most Extreme	Absolute	.147
Differences	Positive	.147
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		1.362
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah,2018

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.10 Diperoleh nilai *Asymptotic significance* 0,052 > 0,05 pada semua variabel yang diuji yaitu variabel Kualitas Pelayanan, Exterior, Interior dan Kepuasan Konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa data variabel tersebut berdistribusi normal.



**Uji Multikolinieritas**

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.524	1.482		2.152	.264		
	Kualitas Pelayanan	.153	.062	.185	3.647	.000	.648	1.524
	Exterior	-1.179	1.124	-.267	-1.594	.064	.650	1.452
	Interior	.138	.034	.078	2.436	.032	.940	1.292

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4. 11 di atas, bahwa dapat diketahui nilai *tolerance* variabel Kualitas Pelayanan, exterior dan interior sebesar 0,648; 0,650; 0,940 > 0,10, sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,524; 1,452; 1,292 < 10, sehingga variabel kualitas Pelayanan, Exterior dan Interior tidak terjadi gejala multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

		Correlations				
		Kualitas Pelayanan	Exterior	Interior	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.634	-.321	-.019
		Sig. (2-tailed)	.	.050	.051	.862
		N	90	90	90	90
	Exterior	Correlation Coefficient	-.649	1.000	-.263	-.065
		Sig. (2-tailed)	.085	.	.078	.651
		N	90	90	90	90
	Interior	Correlation Coefficient	.361	.475	1.000	.583
		Sig. (2-tailed)	.051	.073	.	.762
		N	90	90	90	90
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.038	.047	.056	1.000
		Sig. (2-tailed)	.840	.532	.734	.
		N	90	90	90	90

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Spearman rho* pada tabel 4.12 diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, exterior dan interior tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hal ini dapat terlihat dari nilai *Sig (2-tailed)* di atas terhadap *Unstandardized Residual* sebesar 0,862; 0,651; 0,762 > 0,05.



**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,524	1,482		2,152	0,264
Kualitas Pelayanan (X1)	0,153	0,052	,185	3,647	0,000
Exterior (X2)	-1,179	1,124	,267	-1,594	0,064
Interior (X3)	0,138	0,034	,078	2,436	0,032

Nilai koefisien kualitas pelayanan (X1) adalah positif yaitu 0,153. Dengan demikian maka arah model regresi tersebut adalah positif. Artinya terjadi hubungan positif antara variabel independen (X1) dengan variabel dependen (Y), semakin baik kualitas pelayanan maka semakin baik pula kepuasan konsumen.

Nilai koefisien exterior (X2) adalah negatif -1.179. dengan demikian maka arah model regresi tersebut adalah negatif. Artinya terjadi hubungan negatif antara variabel independen (X2) dengan variabel dependen (Y).

Nilai koefisien interior (X3) bernilai positif yaitu 0,138. Dengan demikian maka arah model regresi tersebut adalah positif. Artinya terjadi hubungan positif antara variabel independen (X3) dengan variabel dependen (Y), semakin tinggi interior nya maka semakin baik pula kepuasan konsumen.

Dengan nilai koefisien regresi diatas, variabel kualitas pelayanan dan interior memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel exterior tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kepuasan konsumen.

**Pembahasan**

**Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil hipotesis 1 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada cafe jero wedangan Madiun, maka H01 di tolak dan Ha1 diterima. Hasil penelitian ini mengidentifikasi bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hal ini berarti bahwa semakin konsumen merasakan kualitas pelayanan yang baik maka akan menyebabkan tingkat kepuasan konsumen yang semakin tinggi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian David Harianto & Dr. Hartono Subagio (2013) dan Milzam Haidi Rofa, Bambang Munas Dwiyanto (2016) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Deja- vu Surabaya.

**Exterior tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Kepuasan Konsumen.**

Hasil hipotesis 2 (Ha2) dapat dilihat pada tabel 4.17 dapat disimpulkan bahwa hipotesis H02 diterima sedangkan Ha2 di tolak artinya variabel *Exterior* (X2) tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Jero Wedangan Madiun. Hal ini berarti exterior yang tidak sesuai tidak menyebabkan kepuasan konsumen namun exterior harus direncanakan dengan sebaik mungkin. Kombinasi dari exterior ini dapat membuat bagian luar toko menjadi terlihat unik, menarik, menonjol dan mengundang orang untuk masuk ke dalam toko.



---

***Interior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil hipotesis 3 (Ha3) dapat dilihat pada tabel 4.17 berdasarkan hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa H03 ditolak dan Ha3 diterima, artinya variabel interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada cafe Jiero Wedangan Madiun. Sejalan dengan penelitian ini, Andi Tendean dan Arry Widodo (2015) yang menyatakan bahwa storeatmosphere yang terdiri dari exterior, general interior, store layout, dan interior display berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kesimpulan Dan Saran**

**Kesimpulan**

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Caffe Jiero Wedangan dengan arah positif.
2. *Exterior* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Caffe Jiero Wedangan Madiun dengan arah negatif.
3. *Interior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Caffe Jiero Wedangan Madiun ke arah positif.
4. Kualitas pelayanan, exterior dan interior secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini membuktikan bahwa pengelolaan variabel-variabel tersebut membuat penilaian konsumen caffe jiero wedangan Madiun dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan kualitas pelayanan, exterior dan interior sehingga mendorong kepuasan konsumen dan ingin berkunjung kembali.

**Saran**

**Bagi Caffe Jiero Wedangan**

- a. Kualitas Pelayanan  
Sebaiknya caffe jiero wedangan lebih meningkatkan pelayanan yang baik seperti mengantarkan pesanan dengan cepat, bersikap lebih ramah kepada pelanggan, karyawan caffe jiero wedangan segera membersihkan bekas pesanan pelanggan lain agar terlihat bersih serta lebih merespon pelanggan dengan sungguh-sungguh.
- b. *Interior*  
Sebaiknya karyawan caffe jiero wedangan lebih sering membersihkan lantai agar terlihat bersih. Pihak caffe jiero wedangan seharusnya memberikan pengharum ruangan di setiap sudut ruangan, sehingga pengunjung akan merasa lebih nyaman berada di dalam caffe jiero wedangan. Sebaiknya pihak caffe jiero wedangan menambah kipas angin/AC untuk ruangan yang cukup besar dan tertutup agar udara di dalam ruangan tidak pengap. Alangkah baiknya jika pihak caffe jiero wedangan menambah spot untuk berfoto agar pelanggan kembali lagi berkunjung ke caffe jiero wedangan.
- c. Kepuasan konsumen  
Sebaiknya pihak caffe jiero wedangan memberikan angket tentang penilaian kepuasan konsumen yang di berikan kepada konsumen secara berkala. Dengan tujuan untuk mengevaluasi kembali apa saja yang di anggap masih kurang agar bisa lebih baik ke depannya.



# PENERBITAN ARTIKEL MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi

E-ISSN: 2599-0578 ISSN: 2598-7496

Vol. 3 No. 1 April 2019 hal 1- 10

## Penelitian Selanjutnya

- a. Responden penelitian bisa ditambah dan diperluas sehingga koefisien yang disebar bisa lebih banyak kembali.
- b. Sebaiknya menambah variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini. Adapun variabel-variabel lain yang dianggap mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assegaff, M. (2009). Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. vol 10.2 , 4:10.
- Ciputraqueo. (2018, February). Diambil kembali dari <http://ciputraqueo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya>
- Fitrianto, R. (2017). Pengaruh Personal Selling dan Kemudahan Persyaratan terhadap Kepuasan Konsumen Mengajukan Kredit di Koperasi Primkopabri Magetan. *Skripsi* .
- Hamdi. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Sleman: Deepublish.
- Hariato, D., & Subagio, H. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image dan Atmosfer terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja-Vu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1. No. 1 , 3:1-8.
- Kotler, P. (1995). *Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahanani, S. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat). *Skripsi* , 32:1-128.
- Mahasika, V. (2017). Pengaruh Exterior, Store Layout, dan Interior Display terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi* , 33.
- Maulana, L. (2015). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Jetis Ponorogo. *Skripsi* , 27.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Effendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta .
- Tendean, A., & Widodo, A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Maja House Sugar & Cream Bandung). *Jurnal Manajemen*. Vol. 2. No.2 , 2:1-7.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.