

PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BUNDO CAFE DI NAGARI RANGKIANG LULUIH KECAMATAN TIGO LURAH KABUPATEN SOLOK

Zulfa Karmila Putri¹, Aidil Alfin²

^{1,2}Universitas Islam Negeri (UIN) Syech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Email : zulfakarmila11@gmail.com¹, aidilalfin@uinbukittinggi.ac.id²

Abstrak

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk lebih peka terhadap faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sebagai upaya memperkuat daya saing dan performa usaha. Salah satu aspek yang turut memengaruhi kepuasan tersebut adalah atmosfer tempat usaha, yang terdiri dari dua komponen utama: desain luar (eksterior) dan tata ruang dalam (interior). Keduanya dianggap mampu menciptakan impresi awal dan berpengaruh terhadap tindakan konsumen saat membuat keputusan untuk membeli. Kajian ini dilakukan guna mengidentifikasi dalam batas apa tampilan eksterior dan interior memengaruhi kepuasan pengunjung di Bundo Cafe, baik secara terpisah maupun bersamaan. Metode yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif, Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS dengan melalui beberapa tahap, termasuk uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, dan pengujian asumsi klasik. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel, yaitu eksterior dan interior, berpengaruh lebih dengan nilai + pada respon konsumen. Secara statistik, kombinasi kedua variabel ini dapat menjelaskan 73,6% variasi dalam kepuasan konsumen, sedangkan 26,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini. Temuan ini menyimpulkan bahwa peningkatan dan pengelolaan suasana kafe, baik dari aspek luar maupun dalam, merupakan elemen krusial dalam menciptakan kepuasan dan kenyamanan bagi pelanggan.

Kata Kunci: Exterior, Interior, Kepuasan Konsumen.

Abstract

Increasingly fierce business competition demands that businesses be more sensitive to factors that can increase customer satisfaction, as an effort to strengthen their competitiveness and performance. One aspect that influences this satisfaction is the atmosphere of the business premises, which consists of two main components: exterior design and interior layout. Both are considered capable of creating initial impressions and influencing consumer actions when making purchasing decisions. This study was conducted to identify the extent to which exterior and interior appearance influence customer satisfaction at Bundo Cafe, both separately and together. The method used was a quantitative approach. Data were obtained through questionnaires distributed to 97 respondents. The data were then analyzed using SPSS software through several stages, including validity and reliability tests, multiple linear regression, and classical assumption testing. The analysis results showed that both variables, namely exterior

and interior, had a greater influence, with positive values, on consumer responses. Statistically, the combination of these two variables explained 73.6% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 26.4% was influenced by other factors not examined in this study. These findings conclude that improving and managing the cafe atmosphere, both from the external and internal aspects, is a crucial element in creating satisfaction and comfort for customers.

Keywords: Exterior, Interior, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Di tengah intensitas persaingan bisnis yang terus meningkat saat ini, pemahaman mendalam mengenai berbagai aspek yang berdampak pada kepuasan pelanggan menjadi hal yang krusial untuk memastikan keberlangsungan dan pencapaian tujuan usaha secara optimal.

Salah satu aspek penting yang perlu diperhitungkan adalah atmosfer toko, yaitu kondisi atau suasana lingkungan fisik toko yang mencakup berbagai elemen yang dapat memengaruhi preferensi konsumen dan tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan maupun produk yang ditawarkan. Sejumlah kajian sebelumnya telah membuktikan bahwa store atmosphere memberikan memberikan kontribusi nyata terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Contohnya, studi yang dilakukan oleh Andi Tendean terhadap Maja House Sugar & Cream Bandung mengungkap adanya korelasi positif antara atmosfer toko dengan tingkat kepuasan pelanggan. Secara umum, store atmosphere

dapat diartikan sebagai kondisi lingkungan fisik toko yang membentuk persepsi dan respons emosional konsumen terhadap tempat tersebut. Dalam perspektif Islam, praktik jual beli telah dikenal sejak lama dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia secara adil. Penerapan store atmosphere dalam konteks Islam mencakup kejujuran dalam berdagang, penciptaan tempat usaha yang nyaman, serta penyampaian informasi produk secara transparan dan benar.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari evaluasi terhadap pengalaman yang dirasakan. Ini mencerminkan sejauh mana produk atau layanan mampu menjawab harapan konsumen. Faktor-faktor seperti mutu layanan, kualitas produk, dan nilai yang dirasakan turut membentuk kepuasan tersebut. Seorang konsumen dikatakan puas apabila memenuhi indikator kepuasan konsumen yaitu membeli kembali (*repurchase*). Kepuasan konsumen sangat penting untuk keberlanjutan suatu usaha dimana jika pelanggan puas akan membuat

pelanggan tersebut loyal, mencapai keunggulan kompetitif serta dapat menyebarluaskan persepsi yang positif tentang produk suatu usaha.

Bundo Cafe merupakan salah satu cafe yang berada di Nagari Rangkiang Luluih, Kecamatan Tigo Lurah, Kabupaten Solok. Bundo Cafe didirikan pada tahun 2021 yang awalnya hanya sebuah warung kecil, namun sekarang sudah berkembang jadi sebuah Cafe. Bundo Cafe menyediakan menu makanan dan minuman berbagai macam jenis sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan selera mereka. Bundo Cafe memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan kafe-afe lain yang berada di wilayah Tigo Lurah. Hasil pengamatan langsung menunjukkan bahwa Bundo Cafe mengusung konsep bernuansa alam, dengan menawarkan panorama sungai dan hamparan sawah milik warga sekitar. Lokasinya tergolong strategis karena berada dekat dengan jalan utama Rangkiang Luluih, yang menjadi salah satu jalur mobilitas utama bagi warga sekitar.

Store Atmosphere di Bundo Cafe dilihat dari Exterior Bundo Cafe memiliki simbol berupa logo dan nama Bundo Cafe, memiliki daftar menu yang dipajang di dinding bagian depan cafe sehingga memudahkan konsumen untuk mengetahui

jenis produk yang ada di Bundo Cafe dan dilihat dari segi lingkungan, Bundo Cafe mempunyai lingkungan yang bersih.

Kekurangan dari Exterior Cafe yaitu pintu masuk yang kurang menarik karena dekorasi bagian pintu masih kurang dan dibagian depan Cafe terdapat tangga menuju ke lantai dua namun tangga tersebut menutupi sebagian depan Cafe dikarenakan halaman Cafe kurang luas, tangga tersebut terbuat dari kayu sehingga berpotensi rapuh dan licin saat hujan. Kemudian dari Interior Bundo Cafe memiliki harga yang cukup terjangkau, mempunyai kasir, karyawan yang ramah terhadap pengunjung serta tempat yang bersih, kekurangan dari Interior Cafe yaitu penyusunan meja dan kursi yang masih kurang baik yang membuat cafe terkesan sempit dan arus lalu lintas agak sulit apabila pengunjung ramai. Dekorasi dan hiasan didalam cafe lantai satu masih sedikit yang membuat suasannya kurang menarik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Bundo Cafe jumlah pengunjung terus berfluktuasi dikarenakan beberapa faktor seperti faktor ekonomi dan persaingan yang ketat dibidang kuliner. Tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Exterior

dan Interior yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Bundo Cafe.

KAJIAN PUSTAKA

1. Suasana Fisik Toko

Menurut pendapat Levy dan Weitz (2012), suasana toko dapat diartikan sebagai bentuk rancangan lingkungan yang melibatkan unsur komunikasi visual, tata pencahayaan, pemilihan warna, dan musik, yang secara keseluruhan bertujuan menciptakan kesan positif dan memengaruhi perasaan pelanggan, sehingga berdampak pada perilaku pembelian mereka. Di sisi lain, Kotler (2008) menjelaskan bahwa atmosfer toko mencerminkan kondisi dan suasana dalam toko, yang dipengaruhi oleh tata letak fisik dan dapat memudahkan maupun menyulitkan konsumen dalam menjelajahi ruang di dalamnya. Bagian eksterior merupakan desain fisik pada bagian paling luar dari suatu bangunan. Elemen ini memainkan peran penting dalam memberikan kesan awal terhadap suatu tempat, karena menjadi bagian pertama yang dilihat oleh pelanggan. Karakteristik dari eksterior memiliki pengaruh besar dalam membentuk citra sebuah kafe, sehingga perlu dirancang secara maksimal. Kombinasi desain eksterior yang tepat dapat menghasilkan tampilan luar yang

menarik, berbeda, dan mendorong orang untuk tertarik memasuki kafe. Komponen yang termasuk dalam indikator eksterior antara lain fasad depan, papan nama atau simbol, pintu masuk, tampilan dekoratif luar, dimensi bangunan, serta fasilitas parkir.

Sementara itu, aspek interior dalam sebuah kafe juga harus diatur dengan baik guna menonjolkan daya tarik visual serta menciptakan suasana yang nyaman. Unsur-unsur interior berkontribusi besar dalam membangun persepsi pengunjung terhadap kualitas lingkungan kafe. Elemen-elemen tersebut meliputi permukaan lantai, warna dan pencahayaan ruangan, aroma yang tercium, musik latar, tekstur dinding, suhu dalam ruangan, penggunaan teknologi, tingkat kebersihan, harga, luas area, serta perilaku dan layanan dari staf yang bekerja.

2. Kepuasan konsumen

Konsumen adalah individu yang secara aktif mencari manfaat maksimal dari produk atau jasa yang dipilihnya, berdasarkan harapan yang telah terbentuk sebelumnya serta pengalaman aktual yang diperolehnya. Menurut Kotler dan Lupiyoadi (2013:228), kepuasan dapat diartikan sebagai respons emosional yang timbul setelah konsumen membandingkan antara kinerja nyata suatu produk atau

layanan dengan ekspektasi awal yang dimilikinya. Sementara itu, Hasan (2014:90) berpendapat bahwa kepuasan maupun ketidakpuasan muncul sebagai hasil evaluasi dari kesenjangan antara harapan sebelum melakukan pembelian dan pengalaman nyata setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. Secara keseluruhan, kepuasan konsumen dapat dimaknai sebagai reaksi emosional yang muncul setelah mengevaluasi mutu layanan atau produk, dibandingkan dengan ekspektasi yang terbentuk dari kebutuhan dan keinginan mereka. Jika apa yang diperoleh konsumen melampaui harapan, maka akan timbul rasa puas. Namun, bila performa produk hanya setara atau bahkan di bawah ekspektasi, maka kemungkinan besar konsumen akan merasa kecewa. Irawan (2004) menyebutkan bahwa beberapa aspek yang berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen mencakup mutu produk, harga yang ditawarkan, kualitas layanan, respons emosional, serta kemudahan akses terhadap produk atau jasa tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan tujuan mengevaluasi seberapa besar pengaruh atmosfer toko, baik secara terpisah maupun

bersamaan, terhadap tingkat kepuasan konsumen di Bundo Cafe. Penelitian dilakukan di Bundo Cafe yang terletak di wilayah Kecamatan Tigo Lurah, Kabupaten Solok. Kegiatan ini dilaksanakan mulai dari tahap observasi awal pada bulan September 2024 hingga proses pengumpulan dan analisis data yang selesai pada Juni 2025. Partisipan dalam studi ini adalah konsumen yang secara langsung mengunjungi Bundo Cafe.

Tipe data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui observasi di lapangan dan distribusi kuesioner kepada individu yang berada di lokasi penelitian. Di sisi lain, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk buku, jurnal, dan dokumen tertulis lainnya yang mendukung teori dan konteks penelitian. Mengingat jumlah pengunjung yang tepat tidak dapat diketahui, penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow, yang menghasilkan 97 responden sebagai representasi dari populasi dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu metode pemilihan responden secara kebetulan, di mana siapa saja yang berada

di lokasi dan bersedia berpartisipasi dengan mengisi kuesioner akan dijadikan bagian dari sampel.

Dalam penelitian ini, setiap variabel dijelaskan secara operasional. Indikator kepuasan konsumen mencakup penilaian terhadap kualitas produk, pelayanan, harga, kemudahan akses, dan aktivitas promosi. Untuk variabel eksterior, yang menjadi perhatian adalah elemen seperti tampilan luar bangunan, desain pintu masuk, signage (papan nama), struktur bangunan, kondisi lingkungan sekeliling, serta area parkir. Sedangkan variabel interior meliputi pengaturan tata ruang di dalam kafe, kebersihan ruangan, pencahayaan, suhu udara, interaksi dengan staf, serta fasilitas tambahan seperti toilet dan area kasir.

Untuk memperoleh data kuantitatif, digunakan instrumen berupa kuesioner berbasis skala Likert, yang memungkinkan pengukuran persepsi dan penilaian konsumen terhadap suasana di Bundo Cafe. Alat pengumpulan data ini telah melalui pengujian ketat untuk memastikan setiap pertanyaan relevan dengan tujuan penelitian, serta konsistensi respons yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Percobaan Kelayakan

Tabel 1. Percobaan Kelayakan.

No.	Variabel	Indikator	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1.	Kepuasan Konsumen	Y.1	0.2	0,822	<u>Ketepatan konsep</u>
		Y.2	0.2	0,788	<u>Ketepatan konsep</u>
		Y.3	0.2	0,788	<u>Ketepatan konsep</u>
		Y.4	0.2	0,805	<u>Ketepatan konsep</u>
		Y.5	0.2	0,780	<u>Ketepatan konsep</u>
		Y.6	0.2	0,821	<u>Ketepatan konsep</u>
		Y.7	0.2	0,728	<u>Ketepatan konsep</u>
		Y.8	0.2	0,773	<u>Ketepatan konsep</u>
		Y.9	0.2	0,728	<u>Ketepatan konsep</u>
2.	Store Atmosphere - Exterior	E.1	0.2	0,739	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.2	0.2	0,773	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.3	0.2	0,769	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.4	0.2	0,669	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.5	0.2	0,788	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.6	0.2	0,763	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.7	0.2	0,786	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.8	0.2	0,719	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.9	0.2	0,686	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.10	0.2	0,686	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.11	0.2	0,780	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.12	0.2	0,694	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.13	0.2	0,750	<u>Ketepatan konsep</u>
		E.14	0.2	0,717	<u>Ketepatan konsep</u>
3.	Store Atmosphere - Interior	I.1	0.2	0,787	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.2	0.2	0,745	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.3	0.2	0,744	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.4	0.2	0,741	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.5	0.2	0,788	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.6	0.2	0,789	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.7	0.2	0,770	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.8	0.2	0,633	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.9	0.2	0,812	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.10	0.2	0,832	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.11	0.2	0,823	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.12	0.2	0,733	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.13	0.2	0,763	<u>Ketepatan konsep</u>
		I.14	0.2	0,694	<u>Ketepatan konsep</u>

Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 25, setiap indikator yang diujicobakan menunjukkan nilai adanya hubungan dari pada angka kritis r , yaitu 0,2. Temuan ini mengindikasikan bahwa semua item pertanyaan, baik yang terkait dengan variabel independen maupun dependen, memenuhi standar validitas instrumen dan dapat dianggap layak untuk digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

2. Uji reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

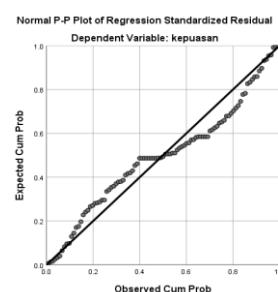
Reliability Statistics			
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based On Standardized Items	N of Items
Variabel Exterior (X1)	.935	.935	14
Variabel Interior (X2)	.944	.944	14
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	.920	.920	9

Berdasarkan hasil pengolahan data Untuk menilai kestabilan dan kekonsistennan instrumen, dilakukan perhitungan Hasil uji reliabilitas terhadap variabel Eksterior (X1) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi, dengan nilai koefisien sebesar 0,935 dari total 14 pernyataan, melebihi standar minimum yang ditetapkan sebesar 0,60. Untuk variabel Interior (X2), diperoleh nilai Alpha sebesar 0,944 dari jumlah item yang sama, yakni 14 pernyataan. Ini juga

menunjukkan bahwa instrumen untuk mengukur aspek interior berada pada tingkat reliabilitas yang sangat baik. Secara keseluruhan, seluruh variabel yang diteliti menunjukkan nilai Alpha di atas ambang batas 0,60, yang mengindikasikan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi standar reliabilitas dan layak digunakan dalam tahap analisis berikutnya.

3. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas yang dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,158, yang menempati atas ambang 0,05. Ini menandakan data memiliki distribusi normal, sehingga hipotesis nol dapat diterima. Hasil ini diperkuat oleh grafik P-P Plot, di mana titik residual mengikuti garis diagonal secara konsisten, tanpa penyimpangan mencolok, sehingga asumsi normalitas dalam model dinyatakan terpenuhi.



Posisi titik-titik pada diagram yang cenderung sejajar dengan garis diagonal

mengonfirmasi bahwa data memiliki pola distribusi normal sesuai dengan asumsi statistik.

4. Uji multikolineritas

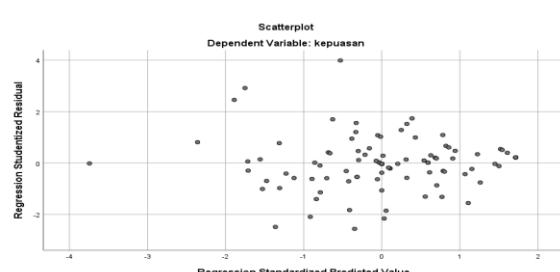
Tabel 4. Hasil Uji Multikolineritas**Coefficients^a**

Model	Tolerance	Collinearity Statistics	
		VIF	
1 x1	.357	2.804	
x2	.357	2.804	

a. Dependent Variable: y

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Eksterior (X1) dan Interior (X2) memiliki nilai tolerance 0,357 dan VIF 2,804. Karena keduanya masih dalam batas toleransi yang dapat diterima, Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel independen dalam model ini.

5. Uji kestabilan varians error

**Gambar 2. Grafik Analisis Ketidakhomogenan Galat**

Dengan melakukan analisis terhadap grafik, terlihat bahwa Pola penyebaran residual bersifat acak dan tidak menunjukkan keteraturan tertentu dalam kecenderungan naik, turun, maupun melengkung. Selain itu, distribusi titik-titik tersebut menunjukkan simetri di sekitar garis horizontal nol, yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas. Pola penyebaran ini mengindikasikan bahwa model regresi yang diterapkan bebas dari masalah heteroskedastisitas. Sebagai pelengkap dari analisis visual, dilakukan pula pengujian heteroskedastisitas lanjutan menggunakan metode statistik Park. Prosedur ini digunakan untuk menilai konsistensi varians residual, dengan langkah awal mengkuadratkan residual, kemudian mentransformasikannya ke dalam bentuk logaritma natural (Ln), dan selanjutnya diregresikan terhadap variabel independen dalam model penelitian.

Dalam analisis regresi, ketentuan mengenai heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai probabilitas yang dihasilkan. Ketika angka signifikansi berada di atas 0.05, hal ini mengindikasikan bahwa pola sebaran residual cenderung stabil tanpa fluktuasi yang berarti. Sebaliknya, nilai di bawah 0.05 memberi sinyal adanya

ketidakstabilan varians residual yang berpotensi memengaruhi akurasi prediksi model. Pada penelitian ini, variabel independen pertama menunjukkan angka probabilitas 0,438, sementara variabel kedua berada pada 0,157. Kedua nilai ini secara jelas berada di atas ambang batas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan terbebas dari masalah heteroskedastisitas untuk kedua prediktor tersebut.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Park

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1.933	1.983		.975	.332
x1	.044	.056	.133	.779	.438
x2	-.079	.055	-.243	-1.426	.157

a. Dependent Variable: LN_RES

6. Analisis regresi multipe

Tabel 6. Hasil Uji Analisis regresi linear berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.986	2.086		1.431	.156
x1	.184	.059	.275	3.102	.003
x2	.407	.058	.621	6.991	.000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, diperoleh konstanta sebesar 2,986. Ini berarti bahwa jika variabel

Eksterior (X1) dan Interior (X2) dianggap nol, maka tingkat kepuasan pelanggan berada pada nilai awal 2,986. Variabel X1 memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,184 mengindikasikan Seiring meningkatnya satu unit pada aspek eksterior berkontribusi terhadap kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,184, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Sedangkan pada variabel X2, koefisien sebesar 0,407 menunjukkan bahwa interior juga memberi dampak positif, di mana setiap kenaikan satu unit dalam elemen ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,407. Uji t parsial dilakukan untuk menganalisis pengaruh setiap variabel secara terpisah. Dengan melibatkan 97 responden, nilai t tabel yang diperoleh adalah 1,985. Untuk variabel Eksterior, nilai t hitung yang tercatat adalah 3,102 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Variabel Interior pun menunjukkan hasil serupa, dengan t hitung 6,991 dan signifikansi 0,000. Kedua hasil ini membuktikan bahwa baik Eksterior maupun Interior secara parsial berkontribusi nyata terhadap kepuasan pelanggan Bundo Cafe.

7. Uji kelayakan model regresi

Tabel 7. Hasil uji parsial (T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.986	2.086			1.431	.156
x1	.184	.059	.275		3.102	.003
x2	.407	.058	.621		6.991	.000

a. Dependent Variable: y

Dapat diketahui nilai t tabel 1,985 dan dalam uji t nilai t hitung X1 $3.102 > 1,985$ t tabel artinya eksterior berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Nilai t hitung X2 $6.991 > 1,985$ berarti interior berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

8. Uji F

Tabel 8. Hasil uji simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2264.289	2	1132.144	130.812	.000 ^b
Residual	813.546	94	8.655		
Total	3077.835	96			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Berdasarkan hasil analisis terhadap signifikansi model secara keseluruhan, diketahui bahwa nilai F hitung mencapai 130,812, jauh melampaui nilai ambang Pada taraf signifikansi 0,05, nilai F tabel yang menjadi patokan adalah 3,09 5%. Selain itu, nilai probabilitas yang dihasilkan sebesar 0,000, berada di bawah

batas maksimum 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak, sementara hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan kata lain, secara simultan, variabel Eksterior dan Interior memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

9. Uji R

Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,858, yang mencerminkan hubungan yang sangat kuat antara variabel Eksterior dan Interior terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, nilai R Square sebesar 0,736 menunjukkan bahwa 73,6% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya, 26,4%, berakar pada lain di luar model penelitian ini.

Ulasan

A. Elemen luar bangunan atau eksterior memiliki kontribusi nyata terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Bundo Cafe

Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa variabel Exterior menghasilkan nilai t sebesar 3,102, yang melampaui nilai t kritis sebesar 1,985, mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan secara statistik. Dikarenakan

nilai signifikansi sebesar 0,003 berada di bawah ambang batas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima secara statistik. Artinya, elemen eksterior secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil ini menegaskan bahwa aspek-aspek visual dan fisik di bagian luar kafe seperti desain tampilan depan, akses pintu masuk, papan nama, luas area parkir, dan lingkungan sekitarnya berperan dalam membentuk persepsi awal konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka saat berkunjung ke Bundo Café.

B. Kontribusi Elemen Interior dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Bundo Cafe

Pengujian t untuk variabel Interior menunjukkan t hitung sebesar 6,991, yang melampaui t tabel sebesar 1,985, serta nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai tersebut jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol tidak diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa elemen interior turut menentukan tingkat kepuasan pelanggan di Bundo Cafe secara signifikan. Temuan ini memperkuat bahwa berbagai elemen interior seperti pengaturan tata ruang, tingkat kebersihan, pencahayaan ruangan, kenyamanan fasilitas duduk,

keberadaan toilet yang layak, hingga pelayanan yang diberikan oleh karyawan memiliki kontribusi besar dalam membentuk pengalaman positif pengunjung. Faktor-faktor tersebut secara tidak langsung mendorong peningkatan kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh kafe tersebut.

C. Dampak Exterior dan Interior terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data secara simultan dapat diketahui bahwa variabel independen yang digunakan yaitu Exterior dan Interior secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian statistik F (simultan) diperoleh nilai sebesar 130.812 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dimana nilai $130.812 > 3,09$. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan variabel Exterior dan Interior berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Untuk membuktikan pengaruh tersebut dilakukan pengujian statistik dengan koefisien determinasi (R) dimana dalam analisis ini menunjukkan bahwa variabel Exterior dan Interior memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen

sebesar 73,6% sedangkan sisanya 26,4% merupakan kontribusi dari variabel lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data, suasana toko (store atmosphere) terbukti memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bundo Cafe, baik ditinjau secara terpisah maupun bersamaan. Berdasarkan hasil uji t, Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Exterior memiliki nilai t hitung 3,102, lebih besar daripada t tabel 1,985. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,003 mengindikasikan bahwa hasil tersebut signifikan pada taraf 5%. Mengindikasikan bahwa aspek eksterior secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek luar dari kafe memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Sementara itu, variabel Interior mencatat nilai t hitung sebesar 6,991, juga melampaui nilai t tabel 1,985, dengan signifikansi 0,000. Artinya, elemen-elemen interior kafe juga secara signifikan dan positif memengaruhi persepsi dan kenyamanan pengunjung. Untuk menguji pengaruh gabungan antara kedua variabel tersebut, dilakukan analisis uji F. Hasil pengujian statistik menunjukkan bukti yang cukup kuat

tentang pengaruh gabungan variabel Eksterior dan Interior terhadap kepuasan pelanggan di Bundo Cafe. Dengan angka statistik F sebesar 130,812 yang jauh melampaui nilai kritis 3,09, serta tingkat probabilitas yang sangat kecil ($p < 0,001$), dapat dikatakan bahwa kedua faktor tersebut secara bersama-sama memberikan dampak yang signifikan terhadap penilaian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Wardana Aditya, *Consumer Satisfaction In The Digital Edge Edisi Indonesia*, Ed. Ph.D Mahir Pradana (Purbalingga: Cv. Eureka Media Aksara, 2012). Cyprianus P.H Saragi And Maryanti Sitohang, "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk Impor Dan Lokal Selama Pandemi Covid-19 Di Supermarket Brastagi," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 23, No.1 (2023): 240–49.