



## PENGARUH DESAIN INTERIOR *TONGUE AND GROOVE CAFÉ* TERHADAP *CUSTOMER EXPERIENCE*

Melsa Erdyanlie  
melsaerdyanlie@yahoo.co.id

Deavvy M.R.Y Johassan, S.Sos, M.Si  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya dan menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan kembali dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

### ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini tidak hanya cukup menjual produk/jasa yang berkualitas saja melainkan harus didukung dengan berbagai aspek lainnya dalam bidang promosi. Bisnis yang semakin ketat pesaingnya adalah bisnis usaha makanan seperti rumah makan, restoran, kafe, dan warung. Desain interior merupakan bagian dalam komunikasi *nonverbal*. Secara tidak langsung desain interior sebuah kafe memberikan pesan kepada pelanggan mengenai pencitraan sebuah kafe. *Customer Experience* suatu kafe menjadi faktor penentu terpenting bagi pelanggan. Pihak kafe harus mempertimbangkan unsur apa saja yang dapat membuat pelanggan merasa nyaman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain interior *Tongue and Groove Café* terhadap *Customer Experience*. Metode penelitian yang digunakan adalah survei eksplanatif dengan metodologi kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuisioner kepada 164 responden. dengan teknik pengambilan sampel secara purposif, yaitu suatu penarikan sampel kepada responden yang memiliki kriteria tertentu, yaitu pelanggan *Tongue and Groove Café*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikan antara desain interior terhadap *Customer Experience* pada *Tongue and Groove Café* yaitu 95%

**Kata Kunci:** Desain Interior, *Customer Experience*, *Tongue and Groove Café*

### ABSTRACT

Competition in the business world today is not just simply selling a product / service quality, but must be supported by a variety of other aspects in the field of promotion. Businesses increasingly stringent food business is a business such as restaurants, cafe, and shops. The interior design is a part of the nonverbal communication. Indirectly interior design of a cafe gives a message to customers about the image of cafe. *Customer Experience* in café is the most important deciding factor for customers. The part of cafe should consider what elements that can make the customer feel comfortable. The purpose of this research was to determine the effect of the interior design of the *Tongue and Groove Café* *Customer Experience*. The method used is an explanatory survey with quantitative methodology. Data collection techniques using questionnaire to 164 respondents with a purposive sampling technique, sampling that a respondent who has certain criteria, namely customer *Tongue and Groove Café*. The results showed that the significant influence of the interior design of the *Customer Experience* at *Tongue and Groove Café* are 95%

**Keywords:** Interior Design, *Customer Experience*, *Tongue and Groove Café*

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pangan saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tetapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat



ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya.

*Tongue and Groove Café* merupakan salah satu kafe di Jakarta yang berlokasi di Rukan *Crown Golf Mediterania*, Blok B36-37, Pantai Indah Kapuk. Pantai Indah Kapuk kini menjadi salah satu destinasi tempat berkumpul anak muda di Jakarta Utara. Kafe ini memiliki konsep yang unik sehingga dapat menarik pengunjung, salah satu keunggulannya adalah kafe ini menggunakan konsep interior tempat bergaya modern.

Berbagai ciri di dalam desain kafe seperti *layout kafe*, penempatan dan penentuan lebarnya jarak antara meja dan kursi, bangunan kafe, desain ruangan, serta bangunan dan penempatan fasilitas-fasilitas pendukung penjualan di dalam kafe. Ini semua dapat memengaruhi *Customer Experience* terhadap sebuah restoran atau kafe (Dodsworth, 2009:8)

## B. Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh desain interior *Tongue and Groove Café* terhadap *Customer Experience* ?”

## C. Identifikasi Masalah

1. Seberapa besar pengaruh desain interior *Tongue and Groove Café* terhadap *Customer Experience* ?
2. Apa saja faktor-faktor desain interior yang memengaruhi *Customer Experience* di *Tongue and Groove Café* ?

## D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh desain interior *Tongue and Groove Café* terhadap *Customer Experience*
2. Untuk mengetahui faktor-faktor desain interior yang memengaruhi *Customer Experience* *Tongue and Groove Café*

## E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang komunikasi pemasaran khususnya di bidang usaha makanan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan masukan dalam bidang komunikasi pemasaran bagi para pembacanya.
2. Manfaat Praktis  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengusaha yang memasarkan bisnis mereka di bidang jasa yaitu kafe, agar dapat membangun bisnis yang efektif

## F. Hipotesis

Hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian ini adalah: Terdapat pengaruh positif desain interior *Tongue and Groove Café* Terhadap *Customer Experience*

## G. Pustaka

### 1. Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication*)

Komunikasi Pemasaran dapat dinyatakan sebagai kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan pada konsumen dengan menggunakan berbagai media, dengan harapan agar komunikasi dapat menghasilkan tiga tahap perubahan, yaitu perubahan pengetahuan, perubahan sikap dan perubahan tindakan yang dikehendaki yang bertujuan untuk memberikan informasi agar tujuan perusahaan tercapai (Prisgunanto, 2006:5)

Diferensiasi pesan dan visual dalam kaitannya dengan kegiatan komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) dikaji secara komprehensif, sehingga pesan yang disampaikan dapat menarik perhatian dan menumbuhkan efek yang kuat. Kreativitas dapat menghasilkan suatu karya yang memiliki karakteristik pesan yang kuat (Prisgunanto, 2006:8)

Menurut Prisgunanto (2006:9), Keberhasilan sebuah strategi komunikasi pemasaran (*Marketing*



*Communication*) dapat diukur dengan seberapa besar penjualan sebuah produk atau penghasilan dari pemanfaatan jasa oleh konsumen. Dalam riset *Marketing Communication*, tingkat keberhasilan diukur berdasarkan sejauh mana kegiatan dapat memengaruhi tingkat penjualan sebuah produk atau penggunaan sebuah jasa.

Komunikasi pemasaran sangat penting dibutuhkan bagi sebuah perusahaan kafe, karena tanpa ada suatu program *marketing* yang dikembangkan atau dibuat, sebuah kafe tidak akan mendapat *input* yang benar dan akurat dari pelanggannya. Untuk mengembangkan suatu program *marketing* yang baik dapat pula memanfaatkan teknologi yang saat ini sudah begitu modern. Sebuah perusahaan kafe, dapat membuat suatu layanan yang bersifat visual, agar pelanggan dapat merasa nyaman.

Desain interior sebuah kafe merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang bersifat visual. Pengusaha kafe harus memahami apa yang dibutuhkan pelanggan seperti mengatur tata letak kursi dan meja, mengatur suhu udara dan tata suara senyaman mungkin, serta menciptakan ruang yang nyaman. Semua kegiatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan.

## 2. *Store Environment*

*Store Environment* merupakan penerapan desain toko yang kini dimanfaatkan juga penggunaannya oleh rumah makan/ kafe. Penerapan tersebut dapat memberikan kesan didalam benak konsumen di dalam suatu kafe. Desain yang baik akan menarik keinginan konsumen untuk mengetahui lebih dalam tentang segala sesuatu yang ditawarkan oleh kafe tersebut. *Store Environment* terdiri dari desain interior, desain eksterior, alat bantu penjualan, dan keamanan toko.

## 3. Desain Interior

Desain interior bertujuan untuk membuat manusia sebagai pemakai ruang dapat beraktivitas dalam ruangan tersebut dengan efektif dan merasa nyaman pada ruangan tersebut (Dodsworth, 2009)

Dari definisi diatas, didapat pengertian bahwa desain interior adalah suatu proses pembentukan ruang dalam, dengan cara memanipulasi volume ruang serta pengolahan permukaan ruang. Desain interior bekerja dengan pertimbangan psikologi lingkungan, arsitektur dan desain produk. Pembentukan dari desain interior itu tersebut tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor sebelum mencapai bentuk akhirnya. Dapat disimpulkan desain interior bertujuan untuk menata kehidupan manusia menjadi lebih baik yang diungkapkan melalui media tata ruang

## 4. *Customer Experience*

*Customer experience* merupakan proses secara strategis dalam mengatur atau implementasi pengalaman atas diri pelanggan dengan suatu produk atau perusahaan. Menurut Schmitt dan Rogers (2003:114), pengalaman (*experience*) adalah peristiwa-peristiwa atau kejadian-kejadian yang memiliki kesan pribadi, yang terjadi sebagai tanggapan atau hasil dari adanya rangsangan atau stimuli (misalnya rangsangan yang disediakan oleh usaha-usaha pemasaran, baik sebelum maupun setelah terjadinya pembelian)

Istilah *Customer Experience* kini menjadi istilah yang lazim di dunia bisnis. Banyak jenis publikasi tradisional dan juga publikasi dari jaringan perusahaan yang menunjukkan pentingnya pembangunan *Customer Experience* yang unik dan positif. Secara umum, *Customer Experience* mengarah pada target persepsi dan interpretasi dari pelanggan yang diakibatkan dari seluruh stimuli yang mereka temukan ketika berinteraksi di sebuah kafe.

Pengalaman (*experience*) melibatkan seluruh kehidupan dan merupakan hasil dari observasi langsung atau partisipasi dalam suatu kejadian, baik secara nyata, berupa mimpi, maupun virtual. Biasanya pengalaman (*experience*) tidak terjadi dengan sendirinya, tetapi harus dipicu, oleh karena itu pemasar harus menyediakan atau menciptakan lingkungan dan setting yang tepat untuk menghasilkan *Customer Experience* yang diharapkan.

*Customer Experience* suatu kafe menjadi faktor penentu terpenting bagi pelanggan. Pihak kafe harus mempertimbangkan unsur apa saja yang dapat membuat pelanggan merasa nyaman. Selain

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menu, kenyamanan juga mencakup suasana kafe tersebut. Konsumen sangat membutuhkan suasana dimana mereka bisa bersantai dengan sebuah kafe yang dipilihnya.



Hakipta milik IBK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) yang dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang termasuk objek penelitian adalah desain interior *Tongue and Groove Café*, sedangkan yang menjadi subjek penelitian adalah pelanggan dari *Tongue and Groove Café*. Berdasarkan maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kuantitatif bersifat eksplanatif. Dalam riset kuantitatif, peneliti dituntut untuk bersikap objektif dan memisahkan diri dari data. Riset kuantitatif umumnya menggunakan metode survei sebagai metode risetnya. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan survei eksplanatif.

Survei yang dilakukan penulis dibantu dengan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Kuesioner ini akan disebar kepada sekelompok orang yang diambil dalam suatu populasi tertentu atau yang disebut dengan sampel. Tujuan dari metode survei ini adalah untuk memperoleh pengaruh desain interior *Tongue and Groove Café*

Pada penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen atau bebas (X) dan variabel dependen atau terikat (Y). Desain Interior *Tongue and Groove Café* sebagai Variabel independen atau bebas (X) dan *Customer Experience* sebagai Variabel dependen atau terikat (Y)

Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner dan skala likert, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari kepustakaan dan media internet.

### A. Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah pelanggan *Tongue and Groove Café* atau pengunjung yang sudah datang lebih dari dua kali ke *Tongue and Groove Café*.

#### 2. Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jumlah sampel sebanyak 164 orang. Jumlah ini didapatkan dari jumlah *member* di *Tongue and Groove Café* yang datang pada bulan Januari 2014-juni 2014. Hal ini dilakukan karena adanya keterbatasan waktu dan biaya penelitian.

Peneliti menggunakan teknik sampel nonprobalitas, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampel Purposif (*Purposive Sampling*).

Tujuan dari dilakukanya *Purposive Sampling* adalah peneliti mencakup responden yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti telah menetapkan sampel atau populasi yang ingin diteliti yaitu:

- a. Wilayah penelitian dilakukan di *Tongue and Groove Café*
- b. Responden adalah pelanggan *Tongue and Groove Café*
- c. Responden adalah pelanggan *Tongue and Groove Café* yang memiliki kartu member ataupun sudah pernah datang ke *Tongue and Groove Café* lebih dari dua kali.

### B. Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu



mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian (Effendi, 2012:126).

Peneliti menyebar prakuesioner ke 50 responden pelanggan *Tongue and Groove Café*. Dalam penelitian ini uji signifikansi koefisien korelasi dengan kriteria menggunakan r kritis pada taraf signifikansi 0,05 (Signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi atau r hitung, menyatakan bahwa suatu item dianggap valid apabila memenuhi syarat minimum  $r = 0,279$ . Bila korelasi antara butir dengan skor kurang dari 0,279 maka butir dari instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

### 5. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat tersebut reliabel (Effendi, 2012:141). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 maka semua butir pernyataan dianggap reliabel

Kriteria pengambilan keputusan:

- Nilai Cronbach Alpha  $> 0.6$  maka instrumen tersebut reliabel
- Nilai Cronbach Alpha  $< 0.6$  maka instrumen tersebut tidak reliabel

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas residual dilakukan untuk melihat apakah residual yang dihasilkan dalam metode regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal, jika tidak maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias. Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov- Smirnov*.

$H_0$ : Residual data berdistribusi normal (*Kolmogorov- Smirnov*)

$H_a$ : Residual data tidak berdistribusi normal (*Kolmogorov- Smirnov*)

Dasar pengambilan keputusan:

Tidak tolak  $H_0$  bila probabilitas  $> 0.05$

Tolak  $H_a$  bila probabilitas  $< 0.05$

### 4. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Kriyantono (2006:183) analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kasual (sebab akibat) atau hubungan fungsional. Regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan. Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai hubungan atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang dua variabel tersebut.

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana dilakukan jika terdapat data dari dua variabel penelitian yang sudah diketahui yang mana variabel bebas (X) dan yang mana variabel terikat (Y) sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu.

Rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tak bebas/ dependen yang diprediksi)

X = Variabel bebas (subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)

a = Nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila  $X = 0$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan



Hak cipta dan milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak cipta dan milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Hak cipta dan milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Priyatno, 2010:66)

Ketepatan model ( $R^2$ ) dilakukan untuk mendeteksi ketepatan yang paling baik dari garis regresi. Uji ini dilakukan dengan melihat besarnya nilai koefisien determinasi.  $R^2$  merupakan besaran non negatif dan besarnya koefisien determinasi adalah angka nol sampai dengan angka satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ )

Koefisien determinasi bernilai nol berarti tidak ada hubungan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Sebaliknya nilai koefisien determinasi 1 berarti suatu kecocokan sempurna dari ketepatan model.

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Dalam penelitian ini hipotesis yang akan diuji adalah:

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Dalam penelitian ini hipotesis yang akan diuji adalah:

$H_0$ : Tidak ada pengaruh positif desain interior *Tongue and Groove Café* terhadap *Customer Experience*

$H_A$ : Ada pengaruh positif desain interior *Tongue and Groove Café* terhadap *Customer Experience*

Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi menggunakan 0,05. Signifikansi 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi adalah sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X terhadap variabel Y.

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X terhadap variabel Y

## Hasil Pembahasan

### 1. Uji Validitas

Dilihat dari uji validitas terhadap variabel X yang dilakukan pada SPSS 20.0, r hitung masing-masing pernyataan lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu sebesar 0,279. Dengan demikian dapat ditarik hasil bahwa hasil uji validitas terhadap 24 pernyataan mengenai desain interior *Tongue and Groove Café* adalah valid. Hal tersebut membuktikan unsur- unsur desain interior *Tongue and Groove Café* sudah tepat

Dilihat dari hasil uji validitas terhadap variabel Y yang dilakukan pada SPSS 20.0, r hitung masing-masing pernyataan lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu sebesar (0,279). Dengan demikian dapat ditarik hasil, bahwa hasil uji validitas terhadap 23 pernyataan mengenai *Customer Experience* adalah valid. Hal tersebut membuktikan bahwa unsur-unsur pengalaman yang dirasakan pelanggan *Tongue and Groove Café* sudah tepat.



Hak cipta dan milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada variabel X memperlihatkan bahwa terdapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,925. Angka tersebut menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6 sehingga pernyataan pada variabel terkait sudah reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa butir pernyataan prakuesioner untuk variabel desain interior *Tongue and Groove Café* dapat digunakan sebagai pernyataan kuesioner yang kemudian akan dilanjutkan kepada analisis berikutnya.

Hasil uji reliabilitas pada variabel Y memperlihatkan bahwa terdapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,880. Angka tersebut menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6 sehingga pernyataan pada variabel terkait sudah reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa butir pernyataan prakuesioner untuk variabel *Customer Experience* dapat digunakan sebagai pernyataan kuesioner yang kemudian akan dilanjutkan kepada analisis berikutnya.

### Analisis Karakteristik Responden

#### Data berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Pria	66	40,2 %
Wanita	96	59,8 %
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

Dari hasil tabel diatas dengan menggunakan SPSS 20.0 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang menerima kuesioner dari peneliti adalah wanita sebesar 96 responden. Hal ini dikarenakan kaum wanita lebih menyukai berkumpul di *Tongue and Groove Café* dibandingkan dengan pria.

#### Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
≤ 20 tahun	0	0 %
21-25 tahun	127	77,4 %
26-30 tahun	33	20,1 %
31-35 tahun	4	2,4 %
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

Dari hasil tabel diatas yang diolah dengan menggunakan program SPSS 20.0 mayoritas pelanggan berusia 21-25 tahun yang peneliti asumsikan. Hal ini terjadi karena waktu penyebaran kuesioner terjadi pada malam hari dan sedang berlangsung acara "*Beer Competition*"

#### Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
SMP	0	0%
SMA	27	16,5 %
Diploma	3	1,8 %
S1	134	81,7 %
S2	0	0%
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

© Hak Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari hasil tabel diatas yang diolah dengan menggunakan program SPSS 20.0 dapat dilihat responden terbanyak berdasarkan pendidikan terakhir berpendidikan strata sebesar 134 responden. Peneliti mengasumsikan pelanggan *Tongue and Groove Café* didominasi sudah lulus strata satu.

#### 4. Hasil Deskriptif

Hasil deskriptif diatas menunjukkan rata- rata pada variabel X ( Desain Interior ) sebesar 3,47 yang artinya ada direntang sangat setuju yang artinya responden setuju desain interior *Tongue and Groove Café* bersifat positif

Sedangkan rata-rata pada variabel Y (*Customer Experience*) sebesar 3,46 yang juga berada di rentang sangat setuju yang artinya responden menilai positif pengalaman yang dirasakan di *Tongue and Groove Café*

#### 5. Uji Normalitas

Berdasarkan uji yang dilakukan dapat dilihat bahwa skor yang dihasilkan *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 baik dari variabel (X) yaitu desain interior sebesar 0,54 maupun variabel (Y) *Customer Experience* sebesar 0,51. Oleh karena skor lebih besar dari 0,05 maka data pada penelitian ini sudah berdistribusi normal. Artinya adalah apabila data sudah berdistribusi normal, maka data tersebut bisa di uji untuk uji regresi.

#### 6. Analisis Regresi Sederhana

Persamaan regresi dapat dilihat table output “Coefficients”. Rumus persamaan regresi adalah  $Y = a + bX$ . Berdasarkan table tersebut maka persamaan regresinya adalah  $Y' = 5,931 + 0,895X$ . Nilai koefisien  $b = 0,895$  (positif) maka model regresi bernilai positif atau searah, artinya jika nilai variabel X (Desain Interior) semakin tinggi maka nilai variabel Y (*Customer Experience*) juga semakin tinggi pula

#### 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan hasil uji perhitungan, maka dapat dianalisis nilai regresinya. Nilai  $R^2$  menunjukkan angka 0,950 yang artinya besar pengaruh desain interior *Tongue and Groove Café* terhadap *Customer Experience* adalah sebesar 95%. Sedangkan sisanya sebesar 5% dipengaruhi oleh sebab-sebab diluar model.

#### 7. Uji t

Dari hasil penelitian, didapatkan nilai t hitung sebesar 55,306 dan t tabel sebesar 1,975.

$$t \text{ hitung } (55,306) > t \text{ tabel } (1,975)$$

Maka dapat dibuktikan bahwa nilai t hitung  $>$  t tabel yang berarti tolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  sehingga dapat disimpulkan bahwa desain interior *Tongue and Groove Café* memengaruhi *Customer Experience*.

### D. PENUTUP

#### 1. Simpulan

- Hasil dari uji t yang dilakukan peneliti, didapatkan nilai t hitung sebesar 55,306 sedangkan nilai t tabel yang didapatkan adalah 1,975. Hasil tersebut membuktikan bahwa t hitung  $>$  t tabel. Maka variabel desain interior *Tongue and Groove Café* berpengaruh terhadap *Customer Experience*. Sedangkan melalui uji koefisien determinasi yang digunakan, diperoleh hasil bahwa pengaruh desain interior *Tongue and Groove Café* adalah sebesar 95% terhadap *Customer Experience*.



- b) Dalam dimensi desain interior yang digunakan, *The Decorative Scheme*, *Accoustics*, *Furniture*, *Colour*, dan *Light* merupakan faktor-faktor positif yang memengaruhi *Customer Experience*. Dari dimensi *The Decorative Scheme* (Tema), terlihat bahwa bagian tema dekorasi yang dibuat menarik perhatian pelanggan dengan baik. Dari dimensi *Accoustics* (Tata Suara), pelanggan sudah cukup baik karena tidak terganggu dengan suara bising dan suara irama yang dihasilkan cukup membuat pelanggan merasa nyaman.

Dari dimensi *Furniture* (Perabotan) yang digunakan *Tongue and Groove Café* cukup modern dan selaras dengan tema yang dibuat sehingga menarik dan memiliki kesesuaian yang baik. Dari dimensi *Colour* (Warna), terlihat bahwa warna-warna desain yang digunakan terlihat sangat sesuai, keserasian warna dalam desain interior tersebut menarik perhatian pelanggan dan memiliki komposisi warna yang baik.

Dari dimensi *Light* (Pencahayaan) terlihat bahwa konsep pencahayaan yang diciptakan pada siang dan malam hari sangat sesuai. Tidak terlalu redup dan tidak menyilaukan sehingga sangat sesuai dan berpengaruh positif kepada pelanggan.

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai *store environment* lainya yang dapat digunakan sebagai saluran komunikasi kepada pelanggan yang bisa digunakan untuk menciptakan suasana kafe yang efektif. Sebaiknya *Tongue and Groove Café* melakukan renovasi desain interior beberapa tahun sekali untuk meningkatkan kenyamanan pelangganya.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku Teks :

- Ching, Francis D.K (2000), *Arsitektur: Bentuk, Ruang, dan Tataan*, Edisi: Kedua, Jakarta: Erlangga
- Dodsworth, Simon (2009), *The Fundamentals Of Interior Design*, USA: AVA Publishing.
- Hffendi, Sofian (2012), *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES
- Rakim, Rustam (2012), *Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap*, Jakarta: BumiAksara.
- Kriyantono, Rachmat (2006), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana.
- Prisgunanto, Ilham (2006), *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Priyatno, Duwi (2010), *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Jakarta: MediaKom.
- Pratwiko, Prastowo (2009), *Fisika Bangunan*, Yogyakarta: ANDI.
- Rugiyono (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: ALFABETA.
- Umar, Husein (2005), *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Schmitt, Bernd.H and David L. Rogers (2008), *Handbook on Brand and Experience Management*, USA: Edward Elgar Publishing Limited



Hak cipta dilindungi Undang-Undang  
IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## 2. Internet

Borneo Gallery 2014, Pengertian Desain Interior, Diakses 7 Juli 2014,  
<http://www.borneogallery.com/pengertian-design-interior.html>

Beranda 2013, Peran Strategis Industri Kuliner Bagi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, Diakses 7 Juli 2014, <http://beranda-miti.com/peran-strategis-industri-kuliner-bagi-pertumbuhan-ekonomi-indonesia/>

## 3. Skripsi

Baros, Wan Sheila (2013), Skripsi: *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ranch57 Café & Resto*, Universitas Sumatera Utara

Rosyidi, Fahtu Rahman (2008), Skripsi: *Pengaruh Musik Terhadap Kenyamanan Membaca Pengguna Perpustakaan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta*, Universitas Negeri Yogyakarta

Lubaya, Ivan (2010), Skripsi: *Analisis Pengaruh Atmosfer Kenyamanan Toko, Aktivitas Relationship Marketing, dan Harga Khusus Terhadap Retensi Pelanggan*, Universitas Diponegoro

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.