

**Analisis Pengaruh Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design, Atmosphere, Price terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction pada Kafe X Sidoarjo**

**Jessica Juventia, Ronald Suryaputra, Amelia**

Universitas Pelita Harapan  
jessicajuventia28@gmail.com

**ABSTRACT.**

*Population growth is in line with the growth of the economy in Sidoarjo City. In 2022, Sidoarjo City will increase its economy by 7 percent. This is influenced by several factors, one of which is the large number of MSMEs emerging in Sidoarjo. One of the MSMEs that has emerged is in the food and beverage industry, namely The Rooster Coffee and Company Sidoarjo which has a vintage design and was founded in 2018. The purpose of this research is to determine the influence of Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design Atmosphere, and Price on Customer Loyalty through Customer Satisfaction of customers of The Rooster Coffee and Company in Sidoarjo. The benefit of this research is to provide information, knowledge and broaden insight in the field of management regarding the variables used in this research. Using snowball sampling, 200 respondents in Sidoarjo were collected and processed with the help of AMOS version 22.0 software using the Structural Equation Model (SEM). The research results show that the variables Assurance, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Atmosphere, and Price significantly and positively influence Customer Satisfaction, except for the Menu and Interior Design variables which do not significantly influence Customer Satisfaction. The research results further show that Customer Satisfaction has a significant positive influence on Customer Loyalty.*

**Keywords:** Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design Atmosphere, Price, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

**ABSTRAK.**

Pertumbuhan jumlah penduduk seiring dengan bertumbuhnya juga perekonomian di Kota Sidoarjo. Tahun 2022, Kota Sidoarjo meningkatkan perekonomiannya hingga mencapai angka 7 persen. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah banyaknya bermunculan UMKM di Sidoarjo. Salah satu UMKM yang banyak bermunculan adalah dibidang Industri makanan dan minuman, yaitu kafe The Rooster Coffee and Company Sidoarjo yang memiliki desain vintage dan berdiri sejak tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design Atmosphere, dan Price terhadap Customer Loyalty

melalui *Customer Satisfaction* pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo. Manfaat penelitian ini yaitu untuk memberikan informasi, pengetahuan, dan memperluas wawasan dalam bidang manajemen mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan *snowball sampling*, dari 200 responden di Sidoarjo dikumpulkan dan diolah dengan bantuan *software* AMOS versi 22.0 dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Assurance, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Atmosphere*, dan *Price* secara signifikan dan positif mempengaruhi *Customer Satisfaction*, kecuali variabel *Menu* dan *Interior Design* yang tidak secara signifikan mempengaruhi *Customer Satisfaction*. Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

**Kata kunci:** Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design Atmosphere, Price, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Asia Tenggara merupakan wilayah yang berada di benua Asia bagian tenggara dan terdiri dari beberapa Negara yang tergabung dalam organisasi bernama ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*). Terdapat sepuluh Negara yang tergabung dalam organisasi ASEAN, antara lain: Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand, Brunei Darussalam, Vietnam, Laos, Myanmar, dan Kamboja. Sepuluh Negara ini bergabung menjadi satu organisasi dengan tujuan mempercepat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan perdamaian, dan stabilitas regional, bekerja sama untuk saling membantu, serta meningkatkan industri di masing-masing Negara untuk meningkatkan taraf hidup rakyat. Per-Tanggal 31 Januari 2023, tercatat bahwa Asia Tenggara memiliki jumlah penduduk sebanyak 668,61 juta jiwa seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Jumlah Penduduk di Asia Tenggara per 31 Januari 2023.**

No.	Negara	Jumlah Penduduk/Jiwa
1	Indonesia	273,523,615
2	Filipina	109,581,078
3	Vietnam	97,338,579
4	Thailand	69,799,978
5	Myanmar	54,409,800
6	Malaysia	32,365,999
7	Kamboja	16,718,965
8	Laos	7,275,560
9	Singapura	5,850,342

10	Timor Leste	1,318,445
11	Brunei Darussalam	437,479

Sumber: databoks (2023)

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Indonesia memiliki jumlah penduduk terbanyak, yaitu 273,523,615 orang. Jumlah penduduk yang tinggi tersebut Menunjukkan bahwa 40,9% dari total keseluruhan jumlah penduduk di Asia Tenggara berasal dari Negara Indonesia. Keuntungan dengan banyaknya penduduk disuatu Negara adalah semakin banyaknya tenaga kerja yang dapat meningkatkan produksi untuk memenuhi kebutuhan penduduk di Indonesia. Selain itu, dengan banyaknya penduduk di Indonesia, maka akan berkembang juga berbagai jenis usaha lokal dan atau usaha kecil dalam bidang pangan, sandang, dan papan. Dengan adanya berbagai macam jenis usaha baru, diharapkan Indonesia akan memperbaiki nilainya dalam bidang ekonomi dan sosial.

Banyak peneliti yang telah menetapkan hubungan langsung antara kualitas pelayanan dalam bidang industri makanan dan minuman (Almohaimmeed, 2017 ; Puspita, 2016 ; Bayu, Ningsih, Windiana, 2020 ; Tantono, 2021 ; Sunaryo et al., 2019 ; Rajput dan Gahfoor, 2020). Penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan antara kualitas layanan, faktor lingkungan, dan kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan. Penelitian saat ini akan menunjukkan semua dimensi yang dirasakan dan dievaluasi oleh konsumen di sebuah restoran yang memiliki hubungan dengan *customer satisfaction*, dan dari *customer satisfaction* akan memunculkan hubungan dengan *customer loyalty*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tentang *Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design, Atmosphere, Price. Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

*Customer Loyalty* dipengaruhi oleh variabel *Customer Satisfaction, Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design, Atmosphere, Price*. Variabel pertama yang mempengaruhi *Customer Loyalty*, yaitu *Customer Satisfaction*. Menurut Puspita (2016), *Customer Satisfaction* merupakan sebuah persepsi terhadap sebuah produk atau jasa yang memenuhi harapannya. Konsumen akan merasa puas apabila persepsinya sudah sama atau bahkan lebih dari yang diharapkannya. Bukti bahwa konsumen merasa puas terhadap The Rooster Coffee and Company adalah dengan melihat ulasan yang diberikan oleh konsumen kepada The Rooster Coffee and Company. Berdasarkan ulasan yang terdapat di google, The Rooster Coffee and Company mendapatkan skor 4.7 dari 5 yang Menunjukkan bahwa konsumen yang datang ke The Rooster Coffee and Company merasa puas, sehingga memberikan skor yang baik atas kepuasan yang didapatkan.

Variabel berikutnya yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *Interior Design*. *Interior Design* merupakan suasana suatu tempat yang membuat orang terkesan (Omar,

Ariffiion, Ahmad. 2015). Menurut Tang, Lau, Ho (2023), *Interior Design* adalah konsep gabungan antara warna, posisi, dekorasi, tata letak dari sebuah ruangan. The Rooster Coffee and Company memiliki desain interior yang cukup unik, mengangkat namanya The Rooster, terdapat gambar ayam pada desain interiornya yang dipadukan dengan gaya vintage modern yang membuat The Rooster Coffee and Company menjadi salah satu tempat yang disukai konsumen untuk berfoto-foto.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka penelitian ini akan membahas faktor-faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* terhadap The Rooster Coffee and Company. Untuk melihat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*, akan digunakan variabel *Customer Satisfaction*. Selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Satisfaction*, yaitu *Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design, Atmosphere, Price*.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengambil judul penelitian: **ANALISIS PENGARUH ASSURANCE, MENU, EXTERNAL ENVIRONMENT, ACCURACY, FOOD QUALITY, RESPONSIVENESS, HYGIENE QUALITY, INTERIOR DESIGN, ATMOSPHERE, PRICE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION.**

## **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini bersifat kausal dimana penelitian kausal merupakan penelitian yang menjelaskan tentang sebab akibat dan hubungan antar variabel mengenai suatu fenomena yang terjadi (Adnyana, 2021). Kemudian, metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dimana metode ini dapat dijelaskan dengan menggunakan angka-angka pasti. Metode kuantitatif menggunakan awalan hipotesis pada penelitiannya yang dibangun untuk membuktikan hipotesis tersebut dengan menggunakan bermacam-macam prosedur penelitian (Adnyana, 2021). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan metode ini dapat menunjukkan hasil analisis yang lebih akurat dan dapat mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Penelitian ini mengacu pada analisis simultan yang terhubung dengan model penelitian *Structural Equation Model* (SEM) dan menggunakan *software* AMOS versi 22.0. agar dapat menjelaskan hubungan antar variabel, serta dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* pada pengunjung The Rooster Coffee and Company.

Pada penelitian ini akan digunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah jenis data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian dan narasumber (Adnyana, 2021). Data primer yang digunakan dalam

penelitian ini adalah melalui observasi langsung, dan membagikan kuesioner mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini.

Selanjutnya, data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh secara tidak langsung (Adnyana, 2021). Peneliti mendapatkan data sekunder melalui berita, data badan pusat statistis, jurnal, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Populasi yang akan digunakan peneliti adalah seluruh konsumen The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Non-probability Sampling* dengan Teknik *Snowball Sampling*. Metode *Non-probability Sampling* digunakan karena jumlah populasi dari obyek yang diteliti tidak diketahui. Alat teknik *Snowball Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang awalnya dimulai dengan jumlah kecil, kemudian sampel yang kecil tadi akan mencari dan memilih sampel lainnya yang sesuai dengan sampel penelitian. Penyebaran kuesioner akan dilakukan di The Rooster Coffee and Company Sidoarjo dengan cara *scan barcode* atau mengklik link yang akan tersambung ke *Form* kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perhitungan nilai indeks-indeks *goodness of fit* yang dihasilkan model struktural adalah sebagai berikut:

**Tabel Indeks Kecocokan Model SEM (*Goodness of Fit*)**

Kriteria <i>Goodness of Fit</i>		Full Model	Nilai Kritis	Kesimpulan
<i>Absolute Fit Indices</i>	<i>Probability Chi-square</i>	0.056	> 0.05	<i>Good fit</i>
	<i>Cmin/DF</i>	1.087	≤ 2.00	<i>Good fit</i>
	<i>GFI</i>	0.851	≥ 0.90	<i>Marginal fit</i>
	<i>RMSEA</i>	0.021	≤ 0.08	<i>Good fit</i>
<i>Incremental Fit Indices</i>	<i>TLI</i>	0.981	≥ 0.95	<i>Good fit</i>
	<i>CFI</i>	0.978	≥ 0.95	<i>Good fit</i>
<i>Parsimony Fit Indices</i>	<i>AGFI</i>	0.822	≥ 0.90	<i>Marginal fit</i>

Hasil uji kesesuaian model struktural menunjukkan semua kriteria kesesuaian model sudah memenuhi syarat (*good fit* dan *marginal fit*), sehingga model struktural dapat diterima. *Good fit* berarti memiliki kecocokan model yang baik, sedangkan *marginal fit* berarti memiliki kecocokan model dalam batasan yang masih dapat diterima.

Pada *testing structural relationships*, dilakukan pengujian hipotesis untuk menguji signifikansi pengaruh antar variabel, dengan menggunakan nilai *critical ratio* (*CR*) dan nilai probabilitas (*p-value*). Signifikan tidaknya pengaruh antar variabel menggunakan ketentuan apabila nilai  $CR \geq 1,96$  atau nilai  $p\text{-value} \leq$  taraf nyata 5%, maka diputuskan ada pengaruh yang signifikan antar variabel tersebut.

Berikut adalah hasil *testing structural relationships* dalam rangka pengujian setiap hipotesis penelitian berdasarkan output SEM:

**Tabel Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Antar Variabel**

No	Pengaruh Antar Variabel	Std. Estimate	S.E.	C.R.	P-value
1	Assurance → Customer Satisfaction	0.155	0.050	2.231	0.026
2	Menu → Customer Satisfaction	0.066	0.047	1.078	0.281
3	External Environment → Customer Satisfaction	0.170	0.058	2.374	0.018
4	Accuracy → Customer Satisfaction	0.137	0.043	2.205	0.027
5	Food Quality → Customer Satisfaction	0.195	0.067	2.389	0.017
6	Responsiveness → Customer Satisfaction	0.158	0.059	2.349	0.019
7	Hygiene Quality → Customer Satisfaction	0.288	0.075	4.059	0.000
8	Interior Design → Customer Satisfaction	0.067	0.046	1.217	0.224
9	Atmosphere → Customer Satisfaction	0.142	0.047	2.130	0.033
10	Price → Customer Satisfaction	0.198	0.049	2.755	0.006
11	Customer Satisfaction → Customer Loyalty	0.607	0.095	6.685	0.000

Pada tabel diperlihatkan adanya nilai C.R. dari setiap pengaruh pada variabel-variabel diatas. Pengaruh kausalitas yang terdapat antara variabel *Assurance* terhadap *Customer Satisfaction*, *External Environment* terhadap *Customer Satisfaction*, *Accuracy* terhadap *Customer Satisfaction*, *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, *Responsiveness* terhadap *Customer Satisfaction*, *Hygiene Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, *Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction*, *Price* terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* memiliki nilai C.R. diatas 2.00 yang artinya memiliki pengaruh yang signifikan ke arah positif.

Sementara itu, hubungan kausalitas yang terjadi antara variabel *Menu* terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Interior Design* terhadap *Customer Satisfaction* tidak memiliki hubungan yang signifikan karena nilai C.R. dibawah 2.00.

**Tabel Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Analisis
H1: <i>Assurance</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Diterima
H2: <i>Menu</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Ditolak
H3: <i>External Environment</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Diterima
H4: <i>Accuracy</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Diterima
H5: <i>Food Quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Diterima
H6: <i>Responsiveness</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Diterima
H7: <i>Hygiene Quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Diterima
H8: <i>Interior Design</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Ditolak
H9: <i>Atmosphere</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Diterima
H10: <i>Price</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	Diterima
H11: <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i>	Diterima

Penelitian ini mengajukan 11 hipotesis dengan menggunakan *software* AMOS 22.0 untuk pengolahan datanya. Penjelasan mengenai hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut: Variabel *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R. sebesar 2.231 dan koefisien regresi 0.236; Variabel *Menu* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R. sebesar 1.078 dan koefisien regresi 0.066; variabel *External Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R. sebesar 2.374 dan koefisien regresi 0.170; variabel *Accuracy* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R. sebesar 2.205 dan koefisien regresi 0.137; *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R. sebesar 2.389 dan koefisien regresi 0.195; *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan

nilai C.R. sebesar 2.349 dan koefisien regresi 0.158; variabel *Hygiene Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R. sebesar 4.059 dan koefisien regresi 0.288; variabel *Interior Design* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R. sebesar 1.217 dan koefisien regresi 0.067; *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R. sebesar 2.130 dan koefisien regresi 0.142; variabel *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai C.R. sebesar 2.755 dan koefisien regresi 0.198; variabel *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan nilai C.R. sebesar 6.685 dan koefisien regresi 0.607.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengembangkan model dengan tujuan untuk meneliti *Customer Loyalty* untuk konsumen dari The Rooster Coffee and Company Sidoarjo. Model yang terdapat dalam penelitian ini dibentuk dari pengaruh antara *Assurance*, *Menu*, *External Environment*, *Accuracy*, *Food Quality*, *Responsiveness*, *Hygiene Quality*, *Interior Design*, *Atmosphere*, *Price* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*. Terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu Apakah *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Menu* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *External Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Accuracy* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Hygiene Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Interior Design* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan penulisan yang disusun untuk meneliti pengaruh dari variabel *Assurance* terhadap *Customer Satisfaction*, *Menu* terhadap *Customer Satisfaction*, *External Environment* terhadap *Customer Satisfaction*, *Accuracy* terhadap *Customer Satisfaction*, *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, *Responsiveness* terhadap *Customer Satisfaction*, *Hygiene Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, *Interior Design* terhadap *Customer Satisfaction*, *Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction*, *Price* terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada 200 responden dengan karakteristik responden berusia 18-60 tahun, pria dan wanita, dan berdasarkan telaah

pustaka, maka dari penelitian ini diperoleh bahwa variabel *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.155; variabel *Menu* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.066; variabel *External Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.170; variabel *Accuracy* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.137; variabel *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.195; variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.158; variabel *Hygiene Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.288; variabel *Interior Design* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.067; variabel *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.142; variabel *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.198; variabel *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan koefisien regresi sebesar 0.607.

Bukti yang terdapat dalam penelitian ini adalah variabel *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *Menu* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *External Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *Accuracy* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *Hygiene Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *Interior Design* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; variabel *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

#### DAFTAR PUSTAKA

Alaan, Yunus. *Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction: Penelitian pada Hotel Serela Bandung*. Jurnal Manajemen (2016): Vol.15, No.2.

Almohaimmeed, Bader. *Restaurant Quality and Customer Satisfaction*. International Review of Management and Marketing (2017):42-49.

Ching, Francis, Corky Binggeli. *Interior Design Illustrated*. US of America:2018.

Databooks, Terus Meningkat, Jumlah Penduduk RI Tembus 275, 77 Juta hingga Pertengahan 2022. Available from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/07/>; Internet; Accessed 12 March 2023.

Dodsworth, Simon. *The Fundamental of Interior Design*. Available from [www.bloomsbury.com](http://www.bloomsbury.com); Internet; Accessed 12 March 2023.

Evirasanti, Meitha, Ketut Rahyuda, dan Ni Nyoman Kerti Yasa. *Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan dan Behavioral Intentions*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (2016): 4331-4358.

Indarti, Ratna. *Pengaruh Menu Makanan terhadap Kepuasan Konsumen di Coffee Shop Hotel Elmi Surabaya*. Surabaya, 2015.

Khan, Abdul Gaffar, Reshma Pervin Lima, dan Md Shahed. *Understanding the Service Quality and Customer Satisfaction of Mobile Banking in Bangladesh: Using a Structural Equation Model*. Global Business Review (2021): 85-100.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Leninkumar, Vithya. *The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty*. International Journal of Academic Research in Business and School Sciences (2017): Vol.7, No.4.

Omar, Muhammad, Hashim Fadzil, dan Rozila Ahmad. *Service Quality, Customer Satisfaction and The Moderating Effects of Gender: A Study of Arabic Restaurants*. Elsevier Procedia-Social and Behavioral Science (2016): 1384-392

Puspita, Maya. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Manajemen Hubungan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Penyet Ria Madiun*. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi (2016):121-133.

Rahmah, Meutia, Hanifah Busainah, dan Ari Mahendra. *Kabupaten Sidoarjo dalam Angka 2023*. Sidoarjo: 2023.

Renata, Chandra Moudy, Ronald, Amelia. *Analysis of the Influence of Senses, Interior Design, Signage, Facilities, Atmospherics, Staff, Other Visitor's Behavior, The Visitor Himself / Herself on Customer Loyalty through Emotions and Satisfaction of Watsons customers in Surabaya*. IJRP (2021): 95-117.

Rohman, Saefur, Fino Wahyudi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan Jasa Pengiriman barang Ninja Express di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Logistik Indonesia (2021): 73-85.

Sugianto, Joko, Sri Wahyuni dan Putri. *The Influence of Atmosphere on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study at KFC Indonesia Jakarta Area)*. International Journal of Innovative Science and Research Technology (2021): 2456-2165.

Tan, Qingqing, Ade Oriadem dan Paul Fallon. *Service Quality and Customer Satisfaction in Chinese FastFoof Sector: A Proposal for CFFRSERV*. International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty (2014): 30-53.

Winata, Lukas. *Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty dan Intention to Switch Nasabah BCA Cabang Darmo di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa UNESA (2015). Vol.4, No.2.

<https://sidoarjokab.bps.go.id/publication/2023/02/28/ed054b1e274aa8e0eb0e406a/kabupaten-sidoarjo-dalam-angka-2023.html>

<https://www.instagram.com/roostercoffee.id/>

<https://celotehdinihari.com/the-rooster-coffee-company-sidoarjo/>

[https://www.facebook.com/TheRoosterCoffeeCompany/photos/a.361656341334497/651722382327890/?paipv=0&eav=AfYfGqTw6NbjlXgOe1G5dD\\_vdiC2QTgbsCO1zIyCWkZIkOpw5L-JxGsL7d9xvH-AMeY](https://www.facebook.com/TheRoosterCoffeeCompany/photos/a.361656341334497/651722382327890/?paipv=0&eav=AfYfGqTw6NbjlXgOe1G5dD_vdiC2QTgbsCO1zIyCWkZIkOpw5L-JxGsL7d9xvH-AMeY)

[https://www.google.com/maps/place/The+Rooster+Coffee+Company/@-7.4446282,112.721611,15z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0x16edd791cafcd5b?sa=X&ved=2ahUKEwju582J1\\_f-AhXgxTgGHbiUAg4Q\\_BJ6BAh8EAg](https://www.google.com/maps/place/The+Rooster+Coffee+Company/@-7.4446282,112.721611,15z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0x16edd791cafcd5b?sa=X&ved=2ahUKEwju582J1_f-AhXgxTgGHbiUAg4Q_BJ6BAh8EAg)

[https://www.google.com/search?q=the+rooster+coffee+company&sxsrf=APwXEddQaL Ah3wQWgnNBVeokolesWj1q2Q%3A1684165888754&ei=AFViZJ7cLd6S4-EPpuijiA0&gs\\_ssp=eJzj4tVP1zc0TDfIKEnOKywxYLRSNagwSkkxTzVPMk00MLQwSTY3tzKoMDRLBQpaGiYnpiWnJjomeUmVZKQqFOXnF5ekFikk56elpaYCqdyCxLxKAAPsGnU&oeq=the+roost&gs\\_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAQAgAMg0ILhCvARDHARCKBRAnMgQIIxAnMgQIIxAnMgIABCABBDLATIFCAAQgAQyCAGAEIAEEMsBMgUIABCABDIICAAQgAQQywEyBQgAEIAEMgUIABCABDIIZCC4QrweQxwEQigUQlwUQ3AQQ3gQQ4AQYAToHCCMqigUQJzoHCAAQigUQzoLCAAQgAQQsQMqgwE6EQguEIMBEMcBELEDENEDEIAEOgsIABCKBRcxAXCDAToNCC4QigUQxwEQrweQJzoHCC4QigUQzoICC4QgAQQsQM6CwguEIofELEDENEIMBOgsILhCABBCxAXCDAToZCC4QigUQxwEQrweQlwUQ3AQQ3gQQ4AQYAToNCC4QigUQsQMqgwEQQzoICC4QgAQQywE6CwguEIAEELEDENQC0g4ILhCABBDHARCvARDLAToLCC4Q1AIQgAQQywE6CwguEIAEENQCCEMsBOgsILhCvARDHARCABEOECEYYAFAAWLgiYLSvaAJwAXgAgAFxiAHwBpIBAzUuNjgBAKABAcABAadoBBggBEAEYFA&sclient=gws-wiz-serp](https://www.google.com/search?q=the+rooster+coffee+company&sxsrf=APwXEddQaL Ah3wQWgnNBVeokolesWj1q2Q%3A1684165888754&ei=AFViZJ7cLd6S4-EPpuijiA0&gs_ssp=eJzj4tVP1zc0TDfIKEnOKywxYLRSNagwSkkxTzVPMk00MLQwSTY3tzKoMDRLBQpaGiYnpiWnJjomeUmVZKQqFOXnF5ekFikk56elpaYCqdyCxLxKAAPsGnU&oeq=the+roost&gs_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAQAgAMg0ILhCvARDHARCKBRAnMgQIIxAnMgQIIxAnMgIABCABBDLATIFCAAQgAQyCAGAEIAEEMsBMgUIABCABDIICAAQgAQQywEyBQgAEIAEMgUIABCABDIIZCC4QrweQxwEQigUQlwUQ3AQQ3gQQ4AQYAToHCCMqigUQJzoHCAAQigUQzoLCAAQgAQQsQMqgwE6EQguEIMBEMcBELEDENEDEIAEOgsIABCKBRcxAXCDAToNCC4QigUQxwEQrweQJzoHCC4QigUQzoICC4QgAQQsQM6CwguEIofELEDENEIMBOgsILhCABBCxAXCDAToZCC4QigUQxwEQrweQlwUQ3AQQ3gQQ4AQYAToNCC4QigUQsQMqgwEQQzoICC4QgAQQywE6CwguEIAEELEDENQC0g4ILhCABBDHARCvARDLAToLCC4Q1AIQgAQQywE6CwguEIAEENQCCEMsBOgsILhCvARDHARCABEOECEYYAFAAWLgiYLSvaAJwAXgAgAFxiAHwBpIBAzUuNjgBAKABAcABAadoBBggBEAEYFA&sclient=gws-wiz-serp)

[https://www.gotravelly.com/en/culinary/detail/135200768-the\\_rooster\\_coffee\\_cafe\\_asik\\_dan\\_instagramable\\_di\\_sidoarjo](https://www.gotravelly.com/en/culinary/detail/135200768-the_rooster_coffee_cafe_asik_dan_instagramable_di_sidoarjo)

[https://www.google.com/search?tbm=lcl&sxsrf=APwXEdfXoDTVlh9k\\_gsQVBk\\_u2XuQoqlMA:1684165950147&q=The+Rooster+Coffee+Company&rflfq=1&num=20&stick=H4sIAAAAAAAAAACWRu00DQRiE5QBEzBFtdCX870dMAUiiBhycDQhsZHBAO1RAXVTBHCS70uzsP9\\_OXl2OiZUouk00g90aK0QJt8h2xu5pLQKxm4LcCLqwSXXMG2an4swuJ9JQ98gxKZOvdokyKoU1YbUwQ1Z5Rqt3S9eYUsyr1yMmIHQajUmU3dusiokwUf0fKslbACRaam7r0JCOFoY7EjEuIVCRHpSe1F6uwWo8rpmLxUDJgncBjuGUVtBjMG53aJXbmFZleIREKgn6SipBYeFeQJa20r\\_7bqigWDsRx8qoB2pmkWtxFEqw1CwMaFCWeJkYckLtEFFgFIIMf0C9xuEB35vNz2bcnbaH\\_fyyfTrMz-f9dn5dDsvL-f18evq6GA-Py3x\\_PL5\\_LKf59rjblQu217ft4fMX34WDS9UBAAA&ved=2ahUKEwju582J1\\_f-AhXgxTgGHbiUAg4QjHJ6BAhHEAU&rldimm=1300699423761549761](https://www.google.com/search?tbm=lcl&sxsrf=APwXEdfXoDTVlh9k_gsQVBk_u2XuQoqlMA:1684165950147&q=The+Rooster+Coffee+Company&rflfq=1&num=20&stick=H4sIAAAAAAAAAACWRu00DQRiE5QBEzBFtdCX870dMAUiiBhycDQhsZHBAO1RAXVTBHCS70uzsP9_OXl2OiZUouk00g90aK0QJt8h2xu5pLQKxm4LcCLqwSXXMG2an4swuJ9JQ98gxKZOvdokyKoU1YbUwQ1Z5Rqt3S9eYUsyr1yMmIHQajUmU3dusiokwUf0fKslbACRaam7r0JCOFoY7EjEuIVCRHpSe1F6uwWo8rpmLxUDJgncBjuGUVtBjMG53aJXbmFZleIREKgn6SipBYeFeQJa20r_7bqigWDsRx8qoB2pmkWtxFEqw1CwMaFCWeJkYckLtEFFgFIIMf0C9xuEB35vNz2bcnbaH_fyyfTrMz-f9dn5dDsvL-f18evq6GA-Py3x_PL5_LKf59rjblQu217ft4fMX34WDS9UBAAA&ved=2ahUKEwju582J1_f-AhXgxTgGHbiUAg4QjHJ6BAhHEAU&rldimm=1300699423761549761)

[https://www.google.com/search?q=jons+coffee&tbm=lcl&sxsrf=APwXEdeaa1xprvK-ltpjLLwioBOULqfOHg%3A1684166082981&ei=wIviZLLDO5GH4-EPk76eqAo&ved=0ahUKEwiyPnI1\\_f-AhWRwzGHRofB6UQ4dUDCAg&uact=5&oeq=jons+coffee&gs\\_lcp=Cg1nd3Mtd2l6LWxvY2FsEAMyBQgAEIAEMgIABCABBDLATIKCAAQgAQQChDLATIGCAAQFhAeMgYIABAWEB4yBggAEBYQHjIGCAAQFhAeMgYIABAWEB4yBggAEBYQHjIGCAAQFhAeOgQIIxAnOgcIABCKBRBDogsIABCABBcxAXCDAToLCAAQigUQsQMqgwE6BAGAEAM6CAGAEIAEELED0GcIABCABBAK0goIABCABBDJAxAKOggIABCKBRCSAzoLCAAQFhAeEPEEEA06CAGAEBYQHhAKUABYSRRgxRVoAHAAeACAAXeIAdAHkgEEMTAuMZgBAKABAcABAQ&sclient](https://www.google.com/search?q=jons+coffee&tbm=lcl&sxsrf=APwXEdeaa1xprvK-ltpjLLwioBOULqfOHg%3A1684166082981&ei=wIviZLLDO5GH4-EPk76eqAo&ved=0ahUKEwiyPnI1_f-AhWRwzGHRofB6UQ4dUDCAg&uact=5&oeq=jons+coffee&gs_lcp=Cg1nd3Mtd2l6LWxvY2FsEAMyBQgAEIAEMgIABCABBDLATIKCAAQgAQQChDLATIGCAAQFhAeMgYIABAWEB4yBggAEBYQHjIGCAAQFhAeMgYIABAWEB4yBggAEBYQHjIGCAAQFhAeOgQIIxAnOgcIABCKBRBDogsIABCABBcxAXCDAToLCAAQigUQsQMqgwE6BAGAEAM6CAGAEIAEELED0GcIABCABBAK0goIABCABBDJAxAKOggIABCKBRCSAzoLCAAQFhAeEPEEEA06CAGAEBYQHhAKUABYSRRgxRVoAHAAeACAAXeIAdAHkgEEMTAuMZgBAKABAcABAQ&sclient)

