

**PENGARUH *DESIGN INTERIOR, DESIGN EKSTERIOR*  
DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA CAFE BUTTERFLY POSO**



**Skripsi**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso

Oleh :

**Dian Hartanto**

**92011404122074**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SINTUWU MAROSO  
POSO 2024**

DIAN HARTANTO. NPM : 92011404122074. **Pengaruh *Design Interior*, *Design Eksterior* dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cafe Butterfly Poso***. Dibimbing oleh Bapak Lefrand Mango, dan Ibu Tabita R. Matana

## ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel *Design Interior*, *Design Eksterior* dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Cafe Butterfly Poso*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan jumlah responden 75 orang.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan analisis data statistik. Indikator penelitian bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal. Hasil  $R_{\text{square}}$  yaitu 0,780 atau 78%. Uji hipotesis menunjukkan bahwa dalam uji F variabel *Design Interior*, *Design Eksterior* dan *Customer Experience* berpengaruh signifikan secara simultan dengan nilai  $F_{\text{hitung}}$  83,804, sedangkan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Uji hipotesis selanjutnya menunjukkan hasil  $t_{\text{hitung}}$  yaitu variabel *design interior* berpengaruh signifikan dengan nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$   $4,005 > 1,993$ , sedangkan variabel *design eksterior* menunjukkan hasil tidak berpengaruh signifikan dengan nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih kecil dari  $t_{\text{tabel}}$   $-5,252 < 1,993$ , dan variabel *customer experience* menunjukkan hasil berpengaruh signifikan dengan nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$   $44,002 > 1,993$ . Koefisien determinasi  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,780, hal ini berarti 78% kepuasan pelanggan ditentukan oleh *design interior*, *design eksterior* dan *customer experience*, sisanya 22% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Design Interior*, *Design Eksterior*, *Customer Experience*, Kepuasan Pelanggan



**DIAN HARTANTO.** NPM: 92011404122074.

**The Influence of Interior Design,  
Exterior Design and Customer Experience on Customer Satisfaction at Cafe  
Butterfly Poso.** Supervised by Lefrand Mango, and Tabita R. Matana

### **ABSTRACT**

The purpose of this study is to find out the influence of the variables Interior Design, Exterior Design and Customer Experience on Customer Satisfaction at Cafe Butterfly Poso. The sampling technique uses Non Probability Sampling with 75 respondents. Based on the results of the study, statistical data analysis is shown. The research indicators are valid and the variables are reliable. In the classical assumption test, the multicollinearity free regression model does not experience heteroscedasticity and is normally distributed. The Rsquare result is 0.780 or 78%. The hypothesis test shows that in the F test the variables Interior Design, Exterior Design and Customer Experience have a significant effect simultaneously with an Fcount value of 83.804, while the significant value is  $0.000 < 0.05$ . The next hypothesis test shows the t-test results, namely the interior design variable has a significant effect with a t-test value greater than t-table  $4.005 > 1.993$ , while the exterior design variable shows no significant effect with a t-test value smaller than t-table  $-5.252 < 1.993$ , and the customer experience variable shows a significant effect with a t-test value greater than t-table  $44.002 > 1.993$ . The determination coefficient R2 obtained is 0.780, this means that 78% of customer satisfaction is determined by interior design, exterior design and customer experience, the remaining 22% is influenced by other variables.

Keywords: *Interior Design, Exterior Design, Customer Experience, Customer Satisfaction*

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>SAMPUL .....</b>  | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>   | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>  | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>  | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....   | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....   | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 6           |
| 1.4 Manfaat Penelitan .....  | 7           |
| <b>BAB II .....</b>  | <b>8</b>    |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA<br/>PIKIR DAN HIPOTESIS.....</b> | <b>8</b>    |
| 2.1 Tinjauan Pustaka.....  | 8           |
| 2.1.1 Kepuasan Pelanggan.....  | 8           |
| 2.1.2 Design Interior .....  | 10          |
| 2.1.3 Design eksterior .....   | 12          |
| 2.1.4 Customer Experince.....  | 14          |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....  | 15          |
| 2.3 Kerangka Pikir .....   | 19          |
| 2.4 Hipotesis .....  | 20          |
| <b>BAB III.....</b>  | <b>21</b>   |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>   | <b>21</b>   |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....  | 21          |
| 3.2 Metode Penelitian .....  | 21          |
| 3.3 Data dan Sumber Data .....   | 21          |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....  | 22          |
| 3.5 Populasi dan Sampel.....   | 23          |
| 3.5.1 Populasi .....   | 23          |
| 3.5.2 Sampel .....   | 23          |
| 3.6 Teknik Analisi Data.....   | 24          |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.6.1 Uji Validitas .....                   | 24        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                | 24        |
| 3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....                | 24        |
| 3.6.4 Analisis Regresi Berganda .....       | 25        |
| 3.6.5 Uji Koefisien Determinasi .....       | 25        |
| 3.6.6 Uji F.....                            | 26        |
| 3.6.7 Uji t .....                           | 26        |
| 3.7 Definisi Operasional .....              | 26        |
| <b>BAB IV .....</b>                         | <b>30</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASA .....</b> | <b>30</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                  | 30        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....  | 30        |
| 4.1.2 Karakteristik Responden .....         | 30        |
| 4.1.3 Hasil Analisis Data.....              | 32        |
| 4.2 Pembahasan.....                         | 41        |
| <b>BAB V .....</b>                          | <b>44</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>           | <b>44</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                        | 44        |
| 5.2 Saran.....                              | 45        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                  | <b>47</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                        | <b>50</b> |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Berbagai macam jenis bisnis kuliner yang sangat banyak di Indonesia antara lain, warung tegal, restoran, kedai, *cafe* serta banyak lagi lainnya. Secara khusus di Kota Poso bisnis kuliner juga sangat meningkat, tahun demi tahun terus menerus berbukaan bisnis kuliner di sepanjang jalan kota poso, dari mulai kedai yang seadanya hingga *cafe-cafe* dengan bangunan yang cukup baik untuk menarik perhatian konsumen. Salah satu bisnis kuliner yang cukup diminati masyarakat Kota Poso adalah bisnis kuliner dalam konsep *cafe*. *Cafe* adalah tempat yang nyaman untuk kumpul dan berbincang bersama teman, sahabat, pasangan, keluarga dengan didampingi suguhan menu minuman dan makanan yang telah disediakan dalam daftar menu (Devanty, 2022).

*Cafe* di Kota Poso memiliki banyak sekali peminat dari kalangan anak muda hingga kalangan orang tua, Salah satu *cafe* yang cukup diminati masyarakat Poso yang merupakan *cafe* terkenal dan terbesar di Kota Poso adalah “*Butterfly Home Coffe*” atau lebih dikenal oleh masyarakat Poso adalah *Cafe Butterfly*, *Cafe Butterfly* ini sudah lama berdiri dari tahun 2009 pertama dibuka hingga sekarang dapat bertahan dan merupakan salah satu saingan yang cukup diperhitungkan oleh kompotitor dalam bidang serupa tersebut. Alasan paling utama mengapa *cafe Butterfly* dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor lainnya karena *cafe Butterfly* selalu mengambil langkah cepat untuk meningkatkan penjualan dan mengetahui kebutuhan serta keinginan dari konsumen, langkah yang diambil seperti desain interior yang khas ala *cafe* kekinian dengan menggunakan *interior*

kebanyakan berbahan dasar kayu yang lagi tren sesuai tema cafe yang ada di Kota Poso (Sari & Kapuy, 2021).

Strategi lain yang dilakukan oleh *Cafe Butterfly* yaitu dengan menampilkan suasana yang baru guna untuk mempertahankan pelanggan serta menarik konsumen baru agar tetap dan tertarik kepada *Cafe Butterfly*, salah satu langkah yang diambil oleh *Cafe Butterfly* yaitu dengan menggabungkan konsep antara konsep cafe dan juga konsep restoran. Sehingga sekarang *Cafe Butterfly* bukan hanya dikenal sebagai tempat pelanggan berkumpul untuk menikmati hidangan ringan namun juga sebagai tempat pelanggan untuk menyantap kuliner utama atau makanan berat.

Saat ini *Cafe Butterfly* menjadi *cafe* semi resto, dimana *cafe* merupakan tempat yang menyediakan kopi dan minuman lainnya serta sedikit tambahan makanan sedangkan restoran menyediakan banyak jenis makanan berat dan beragam jenis minuman, sehingga *cafe* semi resto tempat yang menggabungkan dua konsep tersebut (Amus, 2019). Selain itu juga strategi yang biasa dilakukan oleh pelaku usaha *cafe* di antaranya, desain *cafe*, tataletak *cafe*, variasi dan cita rasa menu serta segmentasi pasar semua hal ini merupakan suatu strategi yang cukup penting dalam hal menarik dan minat beli pelanggan guna untuk meningkatkan keuntungan dan dapat bersaing dengan kompetitor bisnis serupa lainnya (Azra, 2021).

Karena ketertarikan dan minat masyarakat Poso pada *cafe* tersebutlah yang membuat para pelaku usaha/bisnis di kota Poso banyak yang mengambil konsep *cafe*. Dengan bertambahnya pelaku usaha baru yang serupa tentu saja sama halnya

bertambah pula kompetitor baru, hal tersebut tentu saja menghasilkan persaingan yang sangat ketat, pelaku usaha lebih dituntut untuk bagaimana usaha dari mereka tetap maju atau setidaknya dapat bertahan ditengah-tengah persaingan yang semakin hari mungkin semakin bertambah kompetitor di bidang kuliner *cafe*. Dengan bertambahnya kompetitor dalam persaingan tentu saja hal tersebut menuntut pelaku usaha untuk lebih inovatif dalam menentukan strategi guna untuk menarik pelanggan. Hal ini yang membuat *Cafe Butterfly* mengambil langkah strategis dalam hal *Design Interor, Design Ekterior dan Customer Experince* agar dapat meningkatkan rasa kepuasan pelanggan pada *Cafe Butterfly*. Ketiga hal ini menjadi fokus penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan karena dengan memuaskan pelanggan maka keuntungan yang didapatkan perusahaan tentu saja meningkat, hal ini juga dapat memperluas jangkauan pasar dan membuat produk lebih dikenal sehingga harapan mendapatkan peningkatan keuntungan peluangnya cukup besar (Usuli, 2020).

Seorang pelanggan akan terus tertarik untuk membeli produk tersebut jika sebelumnya sudah mendapatkan rasa puas terhadap produk tersebut, hal yang mendukung rasa kepuasan pelanggan diantaranya tata ruang yang membuat pelanggan nyaman, pewarnaan ruang yang memiliki kesan panas dan dingin, penerangan yang meningkatkan fungsi sebuah cafe dan juga suhu ruangan yang menentukan rasa kenyamanan pelanggan (Rani et al.,2023). Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi oleh *Design Interior*.



Penataan *Design Interior* sangatlah penting dalam upaya menarik pelanggan di *Cafe Butterfly Poso*, dengan *Design Interior* memberikan kesan kenyamanan dan keindahan tentunya akan meningkatkan rasa kepuasan tersendiri bagi pelanggan dan akan meningkatkan penjualan produk serta dapat memberikan keuntungan dari dua belah pihak dengan pelanggan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta penyedia produk mendapatkan keuntungan secara finansial. *Design Interior* suatu *cafe* dapat menentukan kenyamanan pelanggan saat nongkrong dengan pelanggan dapat menikmati konsep dari *Design Interior cafe* tersebut (Panjaitan, 2021).

Hasil penelitian Erlinda et al (2022) menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan didasarkan *Design Interior* berpengaruh signifikan. *Design interior* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan faktor yang berpengaruh seperti desain yang berbeda dari yang lain, pencahayaan, dan tata letak ruang yang memberikan rasa kenyamanan, keunggulan saat pelanggan berada di dalam ruangan sehingga hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri untuk pelanggan terus membeli dan berkunjung.

*Cafe Butterfly Poso* harus memperhatikan *Design Eksterior* dengan baik guna untuk meningkatkan daya tarik pelanggan, karena jika *design eksterior* nya kurang menarik itu akan memberikan keuntungan bagi kompetitor lain. *Design eksterior* juga memainkan peranan penting untuk kesan pertama yang menjadi penentu keinginan seseorang berkunjung dan juga merupakan hal yang paling pertama memberikan kesan positif bagi pelanggan yang berkunjung (Isalman & Robby, 2022).

Hasil penelitian Tarigan et al (2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didasarkan *Design Eksterior* berpengaruh signifikan. *Design Eksterior* terbukti memberikan pengaruh cukup besar terhadap rasa puas pelanggan dalam hal tampilan luar bangunan yang menarik, pintu masuk, dan tempat parkir yang menjadi penentu paling signifikan kepuasan pelanggan yang berkunjung.

*Customer Experience* memiliki makna suatu pengalaman yang bersifat langsung ataupun tidak langsung yang melibatkan pelanggan dalam suatu bisnis dan juga merasakan sensasi dari suatu produk atau barang yang telah dibeli sehingga dapat menilai kelebihan atau kekurangan dari produk (Sari & Kapuy, 2021).

Cafe Butterfly dapat diharapkan bisa memberikan pengalaman positif yang berkesan kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan rasa kepuasan guna menghasilkan pelanggan tetap. *Customer Experience* selain interaksi antara pelanggan dan pemilik usaha namun juga merupakan interaksi pelanggan terhadap produk, Perusahaan bagian dari organisasi, yang menimbulkan reaksi (Safitri et al., 2022).

Hasil penelitian Safitri et al (2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didasarkan *Customer Experience* berpengaruh signifikan. *Customer Experience* sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, hal ini tersebut jika *Customer Experience* berhasil dilakukan dengan berhasil saat pelanggan mendapatkan sensasi atau pengetahuan yang dihasilkan dari interaksi terhadap produk yang diberikan sehingga selalu tertanam di benak pelanggan yang memberikan rasa kepuasan sesuai dengan apa yang diharapkan dan dibutuhkan.

Berdasarkan pemikiran, data dan latar belakang yang terpapar diatas dengan hal tersebut maka penelitian ini berjudul “ Pengaruh *Design Interior, Design Eksterior* dan *Customer Experience* Terhadap kepuasan Pelanggan Pada *Cafe Butterfly* Poso”. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti mencoba merumuskan masalah sbagai berikut:

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1.2.1 Apakah *Design Interior, Design Eksterior* dan *Customer Experience* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe Butterfly* Poso.
- 1.2.2 Apakah *Design Interior* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe Butterfly* Poso
- 1.2.3 Apakah *Design Eksterior* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe Butterfly* Poso
- 1.2.4 Apakah *Customer Experience* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe Butterfly* Poso

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan adanya rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh *Design Interior, Design Eksterior* dan *Customer Eksperience* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe Butterfly* Poso.

1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh Design Interior secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Butterfly Poso.

1.3.3 Untuk mengetahui pengaruh Design Eksterior secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Butterfly Poso.

1.3.4 Untuk mengetahui pengaruh Customer Eksperience secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Butterfly Poso.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yaitu:

##### **1.4.1** *Bagi Cafe Butterfly*

Dapat menjadi patokan dan pedoman serta menjadi sumber informasi langsung dari pelanggan dan juga mengetahui bagaimana penilaian pelanggan sebenarnya terhadap konsep desain interior, konsep desain eksterior dan juga pengalaman yang dirasakan pelanggan serta dapat mengetahui letak kekurangan sehingga kedepannya dapat diperbaiki guna meningkatkan rasa kepuasan pelanggan .

##### **1.4.2** *Bagi Unsimar*

Dapat menambah literatur dan juga referensi penelitian untuk penelitian yang akan datang kedepannya, terkhusus dalam hal strategi pemasaran dan faktor-faktor dilingkupnya seperti desain interior, desain eksterior, pengalaman pelanggan serta kepuasan pelanggan.

##### **1.4.3** *Bagi Peneliti*

Sebagai salah satu syarat dan tugas untuk memperoleh gelar sarjana S-1 pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *eProceedings of Management*, 6(1), 1050–1057. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9026>
- Bernadita Purba Septian, I. H. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 16–33. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i2.45>
- Defiti Septia, Z. (2023). ANALISI DESAIN INTERIOR EKSTERIOR TERHADAP KENYAMANAN PENGUNJUNG MASJID RAYA AL-AZHAR UNIVERSITAS NEGERI PADANG. *Visual Communication Design Journal*, 2(2), 162–168.
- Dr. Ir. Musyawaroh, M. (2020). *Elemen Dasar HTML*. 14. <https://www.w3schools.com/html/default.asp>
- Erlinda, Sulfitra, Marlizar, Suryani murad, M. R. (2022). Pengaruh Harga Dan Desain Interior Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Arshiya Market Di Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 8(3), 316–323. <https://doi.org/10.31869/me.v8i3.3814>
- Fitria, D. N. T., Yohana, C., & Basrah Saidani. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Pengguna E-Commerce X di DKI Jakarta Dafara. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(2), 592–610.
- Gede Ardana, A. A., & Resi Kerdiati, N. L. K. (2021). Esensi Pragmatis Karya Konseptual Dalam Proyek Desain Interior. *Segara Widya: Jurnal Penelitian Seni*, 9(2), 119–126. <https://doi.org/10.31091/sw.v9i2.1742>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Indranopa, R., & Hermanto, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram). *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 195–216. <https://doi.org/10.30812/target.v2i2.967>
- Isalman, I., & Robby, R. D. (2022). Daya Tarik Desain Eksterior dan Interior Kedai Kopi Terhadap Keputusan Pembelian di Local Coffee Kendari. *Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia*, 2(1), 115–123. <https://doi.org/10.11594/jesi.02.01.13>
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh Design Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Hotel Sotis Kemang. *Open Journal Systems*, 17(05), 795–802.

- Mulyono, H. S. dan D. T. (2018). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Di Tokopedia. e-Proceeding of Management. *Bandung: Universitas Telkom.*, 5(2), 1843–1848.
- Muzzaki, Aghnaita, Neela Afifah, Sri Hidayati, Nur Aida, Liza Satiah, E. (2024). *Perencanaan dan perancangan desain eksterior anak usia dini*. 1(2), 95–102.
- Novitasari, N., Hidayatul Habibah, F., Vera Yuniar, D., Sari Sulistiowati, I., Rarin Erlina, K., Umah, K., Hilya, N., Ning Rahayu, R., Kholifah, S., Mahfudhoh, S., Muafiyah, S., Zayyinatul Mustafidah, S., & Azkiyyah, C. (2022). Perancangan Kelas Desain Interior dalam Membentuk Pertumbuhan dan Perkembangan Anak. *Murhum : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(2), 52–61. <https://doi.org/10.37985/murhum.v3i2.128>
- Panjaitan, S. W. (2021). Perancangan Desain Interior Kafe Dengan Konsep Industrial. *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 6(2), 189–199. <https://doi.org/10.22303/proporsi.6.2.2021.189-199>
- Rahman, M. F. N., & Jumino, J. (2020). Peran Desain Interior Dalam Menunjang Kenyamanan Pengguna di Perpustakaan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 4(1), 81–98. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.1.81-98>
- Rani Yulia Zogara, Fedianty Augustinah, D. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Desain Interior Terhadap Kepuasan Konsumen di Eicy Café Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 215–230.
- Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Sofyan Frozen. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 470–478. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.99>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sari, M., & Kapuy, H. R. (2021). Pengaruh Interior Display Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Butterfly. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 39–46. <https://ojs.unsimar.ac.id/index.php/EkoMen/article/view/426>
- Stawati, S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis: Jurnal Program studi Akuntansi*, Volume 6(November), 147–157. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i2.3472>
- Sukma Dewi Maharani, Istiatin, I. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Customer Experience, Customer Value, dan Brand Image. *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(3), 598.
- Tarigan, N. L. L., Radito, T. A., Hardianto, F., & others. (2022). Daya Tarik Desain Interior Dan Desain Eksterior Terhadap Peningkatan Minat Beli Kembali Pengunjung Di Jogja Airport Resto. *Jurnal Socia Akademika*, 8(1), 1–6. <https://aks-akk.e-journal.id/jsa/article/view/Arjuna/109>

- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Kristiani, F. A. (2022). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada The Praja Coffee & Resto). *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 173–179. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i1.449>
- Usuli, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Anggota Primer Koperasi Kepolisian Poso. *Ekomen*, 15(1), 151–159.
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG SECARA ONLINE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p06>