

Pengaruh Harga, Interior Nuansa Jawa, Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Kasemo Dau Malang)

Abdillah *)

Muhammad Ridwan Basalamah **

Budi Wahono ***

Email : 22101081329@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the effect of price, Javanese-style interior, and menu variety on customer satisfaction at Warung Kasemo Dau Malang. This research employed a quantitative approach with a survey method involving 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that price, Javanese-style interior, and menu variety simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction. Partially, each variable also has a positive and significant effect on customer satisfaction, with menu variety being the most influential variable. These findings imply that improving customer satisfaction can be achieved by maintaining competitive pricing, creating a comfortable Javanese-themed interior, and providing diverse menu options.

Keywords Price, Javanese-style Interior, Menu Variety, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Sektor kuliner di wilayah Indonesia senantiasa mengalami perkembangan yang sangat cepat seiring dengan bertambahnya keperluan masyarakat akan pangan dan minuman sebagai bagian tak terpisahkan dari rutinitas harian. Kemajuan ini ditandai dengan semakin menjamurnya unit usaha pangan, baik yang beroperasi dalam skala kecil maupun besar (Sasongko et al., 2023 dalam Putri & Bharata, 2024). Di samping itu, kemajuan sektor bisnis kuliner dipengaruhi oleh situasi ekonomi, unsur kependudukan, pola hidup, serta kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi hidangan (Widiastanto, 2011). Data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024 mengindikasikan bahwa sektor pengolahan makanan menduduki posisi teratas dalam struktur Industri Mikro dan Kecil (IMK) di Indonesia dengan total 1.942,85 ribu unit usaha. Keadaan ini menegaskan tingginya tingkat persaingan dalam bidang kuliner, sehingga pengelola usaha diharapkan mampu membangun keunggulan bersaing guna menjaga tingkat kepuasan konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan elemen krusial dalam keberhasilan operasional usaha kuliner karena berhubungan erat dengan kesesuaian antara ekspektasi konsumen serta mutu produk dan layanan yang diperoleh (Tjiptono dalam Silvana, 2020). Untuk menaikkan tingkat kepuasan pelanggan, pengelola usaha perlu memperhatikan beragam aspek penunjang, di antaranya adalah harga, rancangan ruang dalam, serta variasi menu. Harga menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen saat mengambil keputusan pembelian. Selain itu, tata ruang interior yang menyenangkan mampu menghadirkan kesan positif sehingga menaikkan kepuasan pelanggan (Prasetyo, 2016 dalam Putri & Bharata, 2024). Variasi menu juga menjadi faktor penting karena tidak hanya menyediakan lebih banyak alternatif bagi konsumen, melainkan juga menjadi ciri khas serta daya tarik tersendiri bagi suatu usaha kuliner (Tiffani, 2018 dalam Putri & Bharata, 2024).

Warung Kasemo Dau Malang merupakan tempat makan yang mengangkat tema masakan khas tradisional Jawa dengan desain ruang yang membawa suasana pedesaan. Meskipun memiliki daya

tarik yang unik, masih ditemukan beberapa kendala, antara lain persepsi konsumen yang menilai harga yang ditawarkan tergolong mahal, ketidakkonsistenan kualitas hidangan akibat keterbatasan pasokan bahan baku, serta penataan ruang yang dinilai belum maksimal, seperti jarak antar meja yang terlalu berdekatan dan tata letak yang mengurangi kenyamanan saat berkunjung. Kajian mengenai pengaruh harga, rancangan ruang dalam, serta variasi menu terhadap kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu, namun masih ditemukan perbedaan hasil yang belum seragam.

Penelitian yang dilakukan oleh Ade Syarif Maulana (2016) dalam Sitorus (2022) menyatakan bahwa harga memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kajian Setyo (2017) menunjukkan bahwa harga tidak memberikan pengaruh yang berarti. Ramdani dkk. (2022) dalam Putri dan Bharata (2024) menyatakan bahwa variasi menu tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara kajian Kholifah dkk. (2022) dalam Putri dan Bharata (2024) menemukan adanya pengaruh positif namun belum memiliki nilai keberartian yang tinggi. Kajian Yulinda dkk. (2022) dalam Putri dan Bharata (2024) menunjukkan bahwa rancangan ruang dalam memberikan pengaruh positif namun belum signifikan, sedangkan penelitian Pohan (2021) dan Sitorus (2022) menyatakan bahwa desain interior memberikan dampak yang berarti terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan kondisi di atas serta adanya perbedaan temuan dari kajian terdahulu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, interior bernuansa Jawa, dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Kasemo Dau Malang.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis Harga

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga mencakup sejumlah dana yang diserahkan sebagai imbalan atas layanan, atau besaran nilai yang ditukarkan oleh pembeli guna memperoleh keuntungan dari kepemilikan maupun pemanfaatan suatu barang atau jasa. Ukuran penilaian harga menurut Kotler dan Armstrong dalam Suri Amilia (2017) meliputi:

1. Tingkat harga yang dapat dijangkau
2. Kesesuaian nilai bayar dengan mutu barang
3. Kemampuan bersaing nilai harga
4. Kesesuaian nilai bayar dengan keuntungan yang diperoleh

Interior Nuansa Jawa

Suasana merupakan wujud nyata dari persepsi fisik, serta dikenali melalui ketajaman perasaan (Peter Zumtho, 2006 dalam Sarihati dkk., 2015). Ruang adalah lokasi atau wadah di mana manusia melaksanakan aktivitas serta menjaga kelanjutan hidupnya, yang dapat dipilah menjadi ruang substantif dan ruang objektif. Interior nuansa Jawa berupa bangunan tradisional atau ruang yang memiliki ciri khas khusus, mulai dari ornamen ukiran hingga corak bangunan yang memperlihatkan ciri khas arsitektur tradisional Jawa. Tolok ukur desain interior menurut Andie A. Wicaksono dan Endah Trisnawati (2014) dalam Kusumawati & Nugrahaini (2021) adalah sebagai berikut:

1. Unsur garis
2. Unsur wujud
3. Unsur bidang
4. Unsur ruang
5. Unsur warna
6. Unsur pola

Variasi Menu

Menurut Ariyan (2011), Variasi Menu merupakan susunan beragam jenis hidangan yang berbeda pada kurun waktu tertentu. Daftar hidangan tersebut dapat berupa satu kali penyajian lengkap maupun sebagian saja, mencakup santapan pagi, makan siang, atau makan malam secara terpisah, hingga

penyediaan hidangan sepanjang hari disertai atau tanpa camilan. Oleh sebab itu, melalui ragam hidangan pangan dan minuman yang beraneka ragam, diharapkan dapat memenuhi keinginan setiap pelanggan yang memiliki preferensi, selera, serta kebiasaan rasa yang beragam. Tolok ukur Variasi Menu menurut Sihombing M. dkk. (2022) dalam Marzuki dkk. (2024) meliputi:

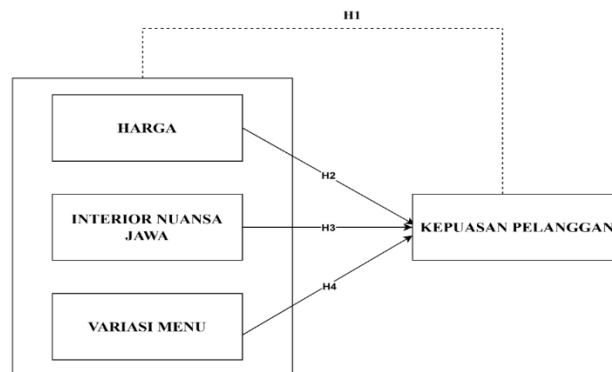
1. Cita rasa produk menjadi fokus utama bagi pelanggan
2. Besaran porsi yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan
3. Mutu hasil sajian
4. Tampilan visual produk
5. Ketersediaan ragam hidangan yang ditawarkan

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:35) dalam Orlando & Harjati (2022), Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan puas atau kecewa yang dialami seseorang setelah membandingkan kinerja maupun hasil yang diberikan oleh suatu barang atau layanan dengan harapan yang telah mereka tetapkan. Di sisi lain, sebagaimana dikemukakan oleh Oliver dalam Zeithaml, Bitner dan Gremler (2018:80), Kepuasan Pelanggan adalah tanggapan yang diberikan pembeli setelah keperluan atau keinginan yang diharapkan dapat terpenuhi sepenuhnya. Tolok ukur Kepuasan Pelanggan menurut Tjiptono (2014:101) dalam Kharisma dkk. (2023) adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian dengan harapan
2. Keinginan untuk berkunjung kembali
3. Kesiapan untuk memberikan rekomendasi kepada pihak lain

Gambar 1. Kerangka konseptual



Metode Penelitian

Kajian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan corak deskriptif serta verifikatif, serta menggunakan jenis penelitian survei guna mengkaji dampak harga, interior nuansa Jawa, dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kasemo, Dau, Malang. Kelompok sasaran penelitian ini berjumlah 1.230 orang pengunjung, dengan jumlah sampel sebanyak 100 partisipan yang ditetapkan melalui teknik pengambilan sampel bertujuan (purposive sampling). Data yang diolah berupa informasi utama yang diperoleh lewat penyebaran daftar pertanyaan kepada responden. Pengkajian data dilaksanakan dengan pendekatan statistik deskriptif, yang dilengkapi dengan pengujian kesahihan instrumen, pengujian keandalan alat ukur, pengujian prasyarat analisis, serta pengujian dugaan sementara untuk menelaah pengaruh variabel yang dikaji KPP. .

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Temuan kajian ini mencakup pengujian alat ukur penelitian melalui tahapan kesahihan serta keandalan. Pemeriksaan validitas dilaksanakan pada keseluruhan butir pertanyaan yang terdapat pada

variabel Harga (X1), Interior Nuansa Jawa (X2), Variasi Menu (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil pengujian memperlihatkan bahwa setiap butir memiliki nilai korelasi hitung yang lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi tabel (0,197), sehingga keseluruhan instrumen dinyatakan sahih dan layak diterapkan dalam penelitian ini. Uraian lengkapnya disajikan dalam Tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,803	0,197	Valid
	X1.2	0,753	0,197	Valid
	X1.3	0,823	0,197	Valid
	X1.4	0,699	0,197	Valid
	X1.5	0,802	0,197	Valid
	X1.6	0,681	0,197	Valid
	X1.7	0,787	0,197	Valid
	X1.8	0,760	0,197	Valid
Interior Nuansa Jawa (X2)	X2.1	0,700	0,197	Valid
	X2.2	0,774	0,197	Valid
	X2.3	0,742	0,197	Valid
	X2.4	0,675	0,197	Valid
	X2.5	0,698	0,197	Valid
	X2.6	0,746	0,197	Valid
	X2.7	0,662	0,197	Valid
	X2.8	0,679	0,197	Valid
	X2.9	0,697	0,197	Valid
	X2.10	0,745	0,197	Valid
	X2.11	0,733	0,197	Valid
	X2.12	0,681	0,197	Valid
Variasi Menu (X3)	X3.1	0,746	0,197	Valid
	X3.2	0,750	0,197	Valid
	X3.3	0,700	0,197	Valid
	X3.4	0,740	0,197	Valid
	X3.5	0,713	0,197	Valid
	X3.6	0,731	0,197	Valid
	X3.7	0,748	0,197	Valid
	X3.8	0,665	0,197	Valid
	X3.9	0,718	0,197	Valid
	X3.10	0,789	0,197	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,569	0,197	Valid
	Y.2	0,701	0,197	Valid
	Y.3	0,728	0,197	Valid
	Y.4	0,744	0,197	Valid
	Y.5	0,649	0,197	Valid
	Y.6	0,753	0,197	Valid
	Y.7	0,733	0,197	Valid
	Y.8	0,783	0,197	Valid
	Y.9	0,736	0,197	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Temuan pengujian keandalan memperlihatkan bahwa keseluruhan variabel memiliki angka Cronbach's Alpha melebihi batas 0,70, sehingga seluruh perangkat ukur dinyatakan andal untuk digunakan. Ringkasan hasil pemeriksaan reliabilitas dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	8	0,898	Reliabel
Interior Nuansa Jawa (X2)	12	0,911	Reliabel
Variasi Menu (X3)	10	0,902	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	9	0,878	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Uji Asumsi Klasik

Berikutnya dilaksanakan pemeriksaan syarat dasar analisis regresi yang mencakup pengujian sebaran data, pengujian hubungan antar variabel bebas, serta pengujian kesamaan varians gangguan.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.56396240
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.075
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Temuan pengujian kenormalan memperlihatkan angka Statistik Uji sebesar 0,083 serta nilai Asymp. Sig. (2-sisi) sebesar 0,083. Angka taraf nyata tersebut lebih tinggi dibandingkan batas 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sisa penyimpangan data memiliki sebaran yang normal

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X1)	0,335	2,984	Tidak terjadi multikolinieritas
Interior Nuansa Jawa (X2)	0,322	3,104	Tidak terjadi multikolinieritas
Variasi Menu (X3)	0,392	2,553	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Temuan pengujian gejala hubungan antar variabel bebas menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) memperoleh angka Toleransi sebesar 0,335 serta nilai Faktor Inflasi Varian (VIF) sebesar 2,984. Variabel Interior Nuansa Jawa (X2) memiliki angka Toleransi sebesar 0,322 dan nilai VIF sebesar 3,104. Sementara itu, variabel Variasi Menu (X3) memperoleh angka Toleransi sebesar 0,392 beserta nilai VIF sebesar 2,553. Keseluruhan variabel bebas memiliki angka Toleransi yang melampaui batas 0,10 dan nilai VIF yang berada di bawah batas 10. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa model persamaan regresi yang digunakan dalam kajian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kriteria	Keterangan
Harga (X1)	0,114	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Interior Nuansa Jawa (X2)	0,548	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Variasi Menu (X3)	0,409	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Temuan pengujian kesamaan varians gangguan menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki angka taraf nyata sebesar 0,114, variabel Interior Nuansa Jawa (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,548, sedangkan variabel Variasi Menu (X3) memiliki nilai taraf nyata sebesar 0,409. Keseluruhan angka signifikansi tersebut melampaui batas kritis 0,05. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi yang diterapkan dalam kajian ini tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	2,703	1,880		1,438	0,154
Harga (X1)	0,172	0,083	0,172	2,071	0,041
Interior Nuansa Jawa (X2)	0,192	0,062	0,262	3,097	0,003
Variasi Menu (X3)	0,456	0,067	0,523	6,809	0,000

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,703 + 0,172X_1 + 0,192X_2 + 0,456X_3 + e$$

Berdasarkan rumus persamaan regresi yang telah disusun, angka konstanta sebesar 2,703 bermakna bahwa jika variabel Harga, Interior Nuansa Jawa, dan Variasi Menu dianggap tidak berubah atau bernilai nol, maka besaran Kepuasan Pelanggan berada pada angka 2,703.

Angka koefisien regresi pada variabel Harga (X1) sebesar 0,172 mengindikasikan pola hubungan yang searah. Hal ini berarti, apabila penilaian konsumen terhadap harga yang ditawarkan semakin membaik, maka tingkat Kepuasan Pelanggan pun akan ikut meningkat. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat, dapat dijangkau, serta sebanding dengan keuntungan yang diperoleh berpotensi menaikkan kepuasan pengunjung Warung Kasemo Dau Malang.

Angka koefisien regresi pada variabel Interior Nuansa Jawa (X2) sebesar 0,192 juga memperlihatkan arah hubungan yang positif. Artinya, semakin baik kesan yang dirasakan pengunjung terhadap desain ruang bernuansa Jawa, maka tingkat kepuasannya akan semakin tinggi. Hal ini membuktikan bahwa suasana tempat, penataan ruang, pemilihan warna, wujud bangunan, serta unsur arsitektur khas Jawa mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen.

Angka koefisien regresi pada variabel Variasi Menu (X3) sebesar 0,456 menunjukkan pola hubungan positif dan memiliki nilai koefisien tertinggi di antara seluruh variabel bebas lainnya. Hal ini bermakna bahwa Variasi Menu merupakan faktor yang paling berpengaruh secara dominan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin berkualitas ragam hidangan yang disajikan, baik dari segi cita rasa, besaran porsi, mutu bahan, tampilan visual, maupun ketersediaan jenis menu, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.

Uji Hipotesis

Pemeriksaan dugaan sementara dilaksanakan guna mengidentifikasi apakah variabel Harga (X1), Interior Nuansa Jawa (X2), serta Variasi Menu (X3) memberikan dampak terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), baik secara terpisah maupun serentak. Tahapan pengujian hipotesis dalam kajian ini mencakup uji t, uji F, serta besaran koefisien penentu.

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Sig.	Kriteria	Keterangan
Harga (X1)	2,071	0,041	< 0,05	Berpengaruh signifikan
Interior Nuansa Jawa (X2)	3,097	0,003	< 0,05	Berpengaruh signifikan
Variasi Menu (X3)	6,809	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan temuan uji t, variabel Harga (X1) memperoleh angka t hitung sebesar 2,071 dengan nilai taraf nyata sebesar 0,041. Angka signifikansi tersebut berada di bawah batas 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Harga memberikan dampak yang berarti terhadap Kepuasan Pelanggan.

Variabel Interior Nuansa Jawa (X2) memiliki angka t hitung sebesar 3,097 dengan nilai taraf nyata sebesar 0,003. Nilai tersebut lebih kecil dari batas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Interior Nuansa Jawa berpengaruh secara nyata terhadap Kepuasan Pelanggan.

Variabel Variasi Menu (X3) menunjukkan angka t hitung sebesar 6,809 dengan nilai taraf nyata sebesar 0,000. Angka signifikansi tersebut berada di bawah batas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Variasi Menu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F hitung	Sig.	Keterangan
Regression	2282,174	3	760,725	112,212	0,000	Berpengaruh signifikan
Residual	650,816	96	6,779			
Total	2932,990	99				

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji F secara serentak, variabel Harga, Interior Nuansa Jawa, serta Variasi Menu secara bersama-sama juga memberikan dampak yang berarti terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai F hitung sebesar 112,212 dan taraf nyata 0,000 yang berada di bawah batas kritis 0,05.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,882	0,778	0,771	2,60372

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Temuan pengujian koefisien penentu menghasilkan angka R Square sebesar 0,778. Angka tersebut mengindikasikan bahwa variabel Harga (X1), Interior Nuansa Jawa (X2), dan Variasi Menu (X3) mampu menjelaskan variasi pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 77,8%. Adapun sisa sebesar 22,2% dijelaskan oleh unsur-unsur lain yang tidak termasuk dalam lingkup kajian ini, antara lain kualitas layanan, lokasi, kegiatan promosi, sarana penunjang, kondisi lingkungan sekitar, serta faktor-faktor lainnya.

Angka Adjusted R Square sebesar 0,771 memperlihatkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel bebas, daya jelas model terhadap Kepuasan Pelanggan mencapai angka 77,1%. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa Harga, Interior Nuansa Jawa, dan Variasi Menu memberikan andil yang cukup besar dalam menjelaskan Kepuasan Pelanggan di Warung Kasemo Dau Malang.

Pembahasan

Temuan kajian ini membuktikan bahwa Harga, Interior Nuansa Jawa, serta Variasi Menu secara serentak memberikan dampak positif dan berarti terhadap Kepuasan Pelanggan di Warung Kasemo Dau Malang. Angka koefisien penentu sebesar 77,8% mengindikasikan bahwa ketiga unsur tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi yang terjadi pada tingkat kepuasan pengunjung. Hal ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak ditentukan oleh satu aspek semata, melainkan merupakan gabungan antara kesesuaian nilai bayar, kenyamanan suasana ruang, serta keragaman hidangan yang disajikan. Temuan ini sejalan dengan kajian Puspitarini dkk. (2022), Maulana dkk. (2024), serta Vianda dan Fadli (2025) yang menyatakan bahwa nilai harga, suasana tempat, dan ragam pilihan menu secara bersama-sama memberikan pengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen.

Variabel Harga memberikan dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini bermakna bahwa pengunjung merasa terpuaskan apabila biaya yang dikeluarkan sebanding dengan mutu hidangan serta keuntungan yang diperoleh. Temuan ini memperkuat pandangan Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa harga merupakan bentuk nilai yang diserahkan pembeli guna mendapatkan manfaat dari suatu barang atau layanan. Hasil kajian ini juga selaras dengan penelitian Puspitarini dkk. (2022) serta Vianda dan Fadli (2025) yang membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh berarti terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Interior Nuansa Jawa juga memberikan dampak positif dan berarti terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa suasana tempat yang nyaman serta memiliki ciri khas budaya mampu menaikkan kualitas pengalaman pengunjung saat berkunjung. Temuan tersebut mendukung pandangan Peter Zumthor mengenai peran penting atmosfer ruang dalam membentuk pandangan konsumen, serta sejalan dengan kajian Hartanto dkk. (2022), Abdussalam dkk. (2024), dan Vianda serta Fadli (2025) yang menyatakan bahwa tata ruang atau suasana tempat usaha berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Variabel Variasi Menu memberikan dampak positif dan signifikan, sekaligus menjadi unsur yang paling dominan dalam menaikkan Kepuasan Pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa keragaman alternatif hidangan, mutu produk, serta ketersediaan jenis menu menjadi pertimbangan utama bagi pengunjung dalam menilai tingkat kepuasannya. Temuan ini selaras dengan konsep variasi hidangan yang dikemukakan oleh Ariyan (2011), serta didukung oleh kajian Puspitarini dkk. (2022), Maulana dkk. (2024), dan Vianda serta Fadli (2025).

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Temuan kajian ini membuktikan bahwa Harga, Interior Nuansa Jawa, serta Variasi Menu baik secara serentak maupun terpisah memberikan dampak positif dan berarti terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Kasemo Dau Malang, dengan Variasi Menu sebagai unsur yang memberikan pengaruh paling besar. Kajian ini memiliki batasan lingkup karena hanya memanfaatkan tiga variabel bebas, dilaksanakan pada satu objek penelitian dengan jumlah 100 partisipan, serta menggunakan data yang

dikumpulkan melalui daftar pertanyaan, sehingga temuan yang diperoleh belum dapat diberlakukan secara umum secara luas. Oleh sebab itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan unsur lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, seperti mutu layanan, kegiatan promosi, sarana penunjang, lokasi, maupun citra merek, serta menggunakan objek kajian dan jumlah responden yang lebih beragam agar hasil yang diperoleh menjadi lebih lengkap diperoleh menjadi lebih lengkap dan memiliki kemampuan generalisasi yang lebih baik.

Referensi

- Abdussalam, F., & Fitriadi, B. W. (2024). Pengaruh Desain Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Coffee Shop Leger). *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 161–176.
- Dian Hartanto, Lefran Mango, T. R. M. (2022). AFILIASI: Pengaruh Design Interior, Design Eksterior dan Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Butterfly Poso.
- Kusumawati, M., & Nugrahaini, F. T. (2021). Identifikasi Standar Kenyamanan Desain Interior Pada Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Surakarta. *SIAR : Seminar Ilmiah Arsitektur II*, 8686, 185–192.
- Marzuki, F., & Syafrial, H. (2024). Pengaruh Cita Rasa dan Varian Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Sunda Miraos Bu Tuti Depok. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 3841–3852. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/13537/8990/22459>
- Maulana, G. A., Muhajirin, & Muliadin. (2024). Pengaruh Varian Menu, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Retro Coffe. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 172–181. <https://teewanjournal.com/index.php/peng>
- Maulana, R., Hadita, H., Nyoman Sawitri, N., & Efendi Silalahi, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(2), 158–173. <https://doi.org/10.38035/jsmd.v2i2.206>
- Puspitarini, J. P., Samari, S., & Ratnanto, S. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Okui Kopi Ditinjau Dari Suasana Cafe, Harga Dan Variasi Menu. *Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis (SIMANIS) Dan Call for Paper*, 1(1), 267–275.
- Putri, S. S., & Bharata, W. (2024). The influence of menu variations and interior design on customer loyalty through customer satisfaction of cafe pizzaku muara badak. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 7739–7757.
- Sarihati, T., Widodo, P., & Widihardjo. (2015). Penerapan Elemen-Elemen Interior Sebagai Pembentuk Suasana Ruang Etnik Jawa Pada Restoran Boemi Joglo. *Jurnal ATRAT*, 3(3), 210–211. <http://kbbi.web.id/suasana>
- Sitorus, O. T., Mandiri, P., & Prestasi, B. (2022). Pengaruh Desain Interior Restoran Terhadap. *Niagawan*, 11(3), 293–305. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/niagawan/article/view/39628>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. 32–42.
- Vianda, S., & Fadli, M. (2025). Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Menu dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kromatik Koffie Pekanbaru. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3057–3062. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.973>
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2007). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill. [1].

Abdillah * Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Muhammad Ridwan Basalamah ** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Budi Wahono *** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

