

Pengaruh *Layout*, Harga, *Trust* terhadap Kepuasan Konsumen pada Dragon Cafe Banyuwangi

Viki Yulista^{1*}, Feti Fatimah², Ira Puspitadewi³

Manajemen / Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

*email: vikiyulista@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:

Layout; Price; Trust; customer satisfaction;

The rapid development of the current era, modern business companies have experienced a lot of progress and change. In running a business there is a competitor.. With so many competitors in business cause companies to compete in order to get consumers. The number of businesses currently emerging has resulted in a fairly high increase in some uniform businesses that cause more selective competitors' competition, so Dragon Cafe Banyuwangi must create an attractive strategy for consumers. In this study aims to test and analyze the influence of layouts, prices and trust on consumer satisfaction at Dragon Cafe Banyuwangi. This research uses two data, primary data and secondary data. In this study the population is consumers who visit and make a purchase at Dragon Cafe Banyuwangi. The sample used was 85 respondents. The data analysis tool used is multiple linear regression, hypothesis testing using the t test. The results showed that the layout, price and trust had a significant effect on consumer satisfaction at Banyuwangi Dragon Cafe.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Layout; Harga; Trust; Kepuasan Konsumen

Pesatnya perkembangan zaman sekarang ini, perusahaan bisnis modern telah mengalami banyak kemajuan dan perubahan. Dalam menjalankan suatu bisnis terdapat suatu kompetitor di dalamnya. Dengan banyaknya pesaing dalam bisnis menyebabkan perusahaan bersaing agar memperoleh konsumen. Banyaknya usaha saat ini bermunculan mengakibatkan peningkatan yang cukup tinggi pada beberapa bisnis yang bersifat seragam menimbulkan kompetisi kompetitor semakin selektif, sehingga Dragon Cafe Banyuwangi harus menciptakan suatu strategi yang menarik bagi konsumen. Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *layout*, harga dan *trust* terhadap kepuasan konsumen pada Dragon Cafe Banyuwangi. Riset ini menggunakan dua data yaitu data primer dan data skunder. Pada penelitian ini populasinya adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian pada Dragon Cafe Banyuwangi. Sampel yang digunakan sebanyak 85 responden. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *layout*, harga dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dragon Cafe Banyuwangi.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan zaman sekarang ini, perusahaan bisnis moderen telah mengalami banyak kemajuan dan perubahan. Perubahan yang sedang berlangsung saat ini dibuktikan melalui perkembangan teknologi, kerangka berfikir masyarakat, gaya hidup yang dimiliki masyarakat berkembang yang tidak terlepas dari pengaruh globalisasi. Dalam menjalankan suatu bisnis terdapat suatu kompetitor di dalamnya. Dengan begitu banyak pesaing dalam bisnis pasti berlomba untuk mendapatkan konsumen yang sama dan setia. Terlebih lagi jika usaha atau bisnis yang sedang di jalankan mempunyai produk atau jasa yang sudah banyak ditemukan dipasaran. Banyak sekali usaha yang bermunculan dengan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk atau jasa yang ditawarkan. Seperti salah satu meningkatnya usaha atau bisnis yang diminati di era sekarang adalah bisnis cafe, rumah makan, depot, warung dan lain-lain. Banyaknya usaha saat ini bermunculan mengakibatkan peningkatan yang cukup tinggi pada banyaknya perusahaan dengan karakteristik yang sama menyebabkan persaingan semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan saat ini, para pebisnis harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat pada usaha yang didirikannya agar dapat tumbuh dengan baik dan terus berkembang sesuai harapan. Menurut (Tjiptono, 2014) Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani. Seiring dengan meningkatnya persaingan membuat perusahaan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha untuk memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing lain. Menurut (Keller, 2012) menyatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Banyuwangi merupakan kota dengan masyarakat yang memiliki banyak latar belakang sosial ekonomi yang terdiri dari penggolongan masyarakat mencakup berbagai dimensi termasuk usia, agama, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan. Dengan padatnya aktivitas yang dilakukan tersebut pasti banyak masyarakat yang mengalami kejenuhan dan membutuhkan tempat yang nyaman untuk menghilangkan stres tersebut. Maka dari itu banyak pelaku usaha yang memanfaatkan peluang tersebut untuk membuka bisnis cafe yang mulai bermunculan. Cafe bisa menjadi tempat berkumpul, bersosialisai, bertukar pikiran, memperluas jaringan dan bahkan menjadi salah satu tempat untuk pertemuan sesama rekan kerja dengan suasana yang nyaman. Banyaknya bisnis cafe yang bermunculan membuat masyarakat harus memiliki banyak pilihan. Berikut daftar beberapa cafe yang berdiri di kota Banyuwangi:

Tabel 1. Nama-Nama Cafe Di Kota Dragon Cafe Banyuwangi

No.	Nama Cafe	Alamat
1.	Gis & Gas Cafe	Jl. Ahmad yani No.38
2.	Dragon Cafe	Jl. Juanda No. 46-49
3.	Cafe House and Resto	Jl. YOS Sudarso No. 72
4.	Kopi Sadar Diri	Jl. Ahmad Yani No. 54
5.	Gjack Cafe	Jl. YOS Sudarso No. 28
6.	Nine Cafe	Jl. Kartini No. 21
7.	Vosco Cafe	Jl. YOS Sudarso No. 56
8.	Enam Derajat Kopi	Jl. KH. Wahid Hasyim
9.	Cafe Jakarta	Jl. PB Sudirman No. 38
10.	Koridor Kopi	Jl. Juanda No. 29
11.	Warkop Cafe Jajag	Jl. Ahmad Yani No. 24
12.	Little Box Cafe	Jl. PB Sudirman No. 28
13.	Secret Garden Cafe	Jl. YOS sudarso No. 28
14.	Mampir Ngombe	Jl.Juanda No. 72-56
15.	Lotu Cafe	Jl. Ahmad Yanu No. 63
16.	Cafe SOS	Jl. YOS sudarso No. 28
17.	And Cafe	Jl. Banyuwangi No. 102
18.	Eyang Kakung	Dusun petahunan, Desa Jajag
19.	Oemah Dewe	Dusun Kp. Baru, Desa Jajag
20.	Plam cafe	Dusun Kp. Baru, Desa Jajag

Sumber: Data diolah 2022

Dari daftar cafe yang berada di Banyuwangi, Dragon Cafe adalah salah satu cafe yang digemari oleh banyak konsumen. Dragon Cafe yang terletak di Desa Jajag Kabupaten Banyuwangi merupakan suatu usaha makanan dan minuman kopi dari olahan buah naga. Dragon Cafe membuka usahanya di tahun 2015. Pengunjung dari Dragon Cafe juga dari luar kota yang sedang bepergian di Banyuwangi. Hal ini dipengaruhi oleh tata letak (*layout*) yang menjadi pembeda dibandingkan dengan cafe yang lain. Menurut (Barry, 2015) tata letak (*layout*) merupakan perancangan semua sarana penerapan yang terdapat di industri. Tata letak yang baik akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan produktivitas perusahaan. Dragon Cafe mengusung tema perkebunan buah naga dikarenakan melimpahnya hasil perkebunan buah naga di Banyuwangi. Dragon Cafe berada tepat ditengah-tengah perkebunan buah naga yang dikelilingi lampu, sehingga hal ini menjadi pembeda antara pesaing cafe lainnya yang

berada di Banyuwangi. Pada Dragon Cafe juga memfasilitasi panggung yang berukuran cukup besar untuk menampilkan hiburan seperti live musik pada setiap harinya.

Permasalahan yang ada Dragon Cafe Banyuwangi yaitu hilangnya konsumen setelah adanya Covid-19. Selain itu meski Dragon Cafe mempunyai tempat yang cukup luas tetapi masih ada konsumen yang mengantri dan kekurangan meja kursi. Pencahayaan yang kurang membuat tidak nyaman karena saat ingin mengabadikan momen atau berfoto hasilnya kurang maksimal. Terdapat kolam ikan yang kurang terawat serta tumbuhan yang rusak. Kemudian Dragon Cafe Banyuwangi memiliki harga yang cukup tinggi dan belum mengadakan diskon yang dilakukan tidak seperti para kompetitornya, yaitu dengan pemberian diskon pada setiap menu yang diberikan. Kurangnya kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian kembali di Dragon Cafe Banyuwangi. Dari sekian banyak permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *layout*, harga dan *trust* terhadap kepuasan konsumen pada Dragon Cafe Banyuwangi.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah suatu bagian dari maju mundurnya suatu bisnis apakah bisnis pada bidang barang atau jasa. Karena kepuasan konsumen menjadi sasaran mendasar bagi suatu perusahaan. Menurut (Candra, 2017) kepuasan konsumen dapat menciptakan hubungan yang baik antara penjual jasan dan pengguna jasa dan apabila pengguna jasa dapat merasakan kepuasan dari layanan yang diberikan pengguna akan melakukan pembelian ulang dan akan menciptakan loyalitas kepada pelanggan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. (Kotler, 2012) mengemukakan bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur kepuasan konsumen, indikator tersebut antara lain :

1. Tetap loyal
2. Membeli produk baru yang ditawarkan
3. Merekomendasikan produk
4. Kesesuaian harapan
5. Memberi masukan

Layout (Tata Letak)

Layout atau tata letak memiliki hubungan erat dengan penataan atau desain ruangan agar konsumen dapat berfokus pada beberapa tempat saja. Tata letak (*layout*) menurut (Barry, 2015) penataan seluruh fasilitas produksi yang ada di dalam Perusahaan. Penataan fasilitas diperlukan agar proses produksi yang dilakukan perusahaan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diinginkan perusahaan. Menurut Mudie & Pirrie dalam (Chandra, 2016) setidaknya ada enam faktor yang perlu diperhatikan yakni:

1. Perencanaan Spasial
2. Perencanaan Ruangan
3. Perlengkapan/Perabotan
4. Tata Cahaya
5. Warna
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Harga

Harga ialah sejumlah uang dibayarkan demi mendapatkan barang ataupun pelayanan atau nilai tukar yang wajib diberikan agar mendapatkan manfaat saat menggunakan barang maupun jasa. Menurut (Kotler, 2012) harga dapat memiliki arti secara sempit sebagai sejumlah uang yang akan ditagihkan pada konsumen demi mendapatkan suatu barang dan jasa, atau dapat dijelaskan secara luas harga ialah sebagai jumlah nilai uang yang ditukarkan oleh konsumen untuk memiliki atau menggunakan barang dan jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan keuntungan yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya. Adapun Indikator yang mencirikan mengenai harga menurut (Kotler, 2012) yakni:

1. Keterjangkauan harga
2. Daya saing harga
3. Harga mempengaruhi daya beli konsumen

Trust

Trust atau Kepercayaan timbul karena adanya tindakan yang jujur, adil, memiliki kompetensi, konsisten, punya rasa tanggung jawab, memberikan batuan serta rendah hati yang dirasakan pada konsumen yang akhirnya akan menimbulkan kepercayaan (Lusiah, 2018). Menurut Mayer et al dalam penelitian (Priansa, 2017) terdapat indikator trust yakni:

1. *Ability* (keandalan)
2. *Benevolence* (kebaikan hati)
3. *Integrity* (integritas).

METODE

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu metode dengan mempertimbangkan status sekelompok orang, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan menggunakan survei pada konsumen. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara aktual. Dalam survei, informasi ini

dikumpulkan dari tanggapan responden penelitian dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer untuk penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui penyebaran secara langsung dilokasi Dragon Cafe Banyuwangi pada konsumen yang melakukan pembelian. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan cara membaca, meneliti dan memahami melalui sarana lain dari literatur, buku-buku, dokumen dan gambaran umum perusahaan

Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian pada Dragon Cafe Banyuwangi, populasi dalam penelitian ini adalah populasi tidak terbatas, karena tidak mungkin untuk mengetahui secara pasti jumlah populasi sebenarnya dari konsumen yang datang untuk melakukan pembelian di Dragon Cafe Banyuwangi. Karena jumlah populasi yang sangat besar maka dari itu penelitian ini menggunakan sampel.

2. Sampel

Untuk identifikasi sampel, prosedur pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling (Sugiyono, 2017) yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (berdasarkan kriteria yang ditentukan).

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan sampel pada penelitian menggunakan angket atau kuesioner ditentukan dengan jumlah indikator sebanyak 5-10 parameter. Dalam penelitian yang dilakukan ini memiliki jumlah indikator sebanyak 17 dikalikan dengan 5 parameter, dengan dikalikan 5 parameter dengan hasil 85 responden sudah cukup untuk dijadikan sampel pada penelitian yang sedang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Validitas

Pernyataan pada tabel 2 menunjukkan bahwa korelasi antara masing-masing indikator variabel *Layout* (X_1), *Harga* (X_2), *Trust* (X_3), dan *Kepuasan Konsumen* (Y) menunjukkan R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	R tabel 5% (85)	R hitung	Signifikasi	Keterangan
<i>Layout (X1)</i>				
X1.1	0,213	0,644	0,000	Valid
X1.2	0,213	0,676	0,000	Valid
X1.3	0,213	0,636	0,000	Valid
X1.4	0,213	0,685	0,000	Valid
X1.5	0,213	0,695	0,000	Valid
X1.6	0,213	0,759	0,000	Valid
<i>Harga (X2)</i>				
X2.1	0,213	0,828	0,000	Valid
X2.2	0,213	0,805	0,000	Valid
X2.3	0,213	0,828	0,000	Valid
<i>Trust (X3)</i>				
X3.1	0,213	0,736	0,000	Valid
X3.2	0,213	0,842	0,000	Valid
X3.3	0,213	0,815	0,000	Valid
<i>Kepuasan Konsumen (Y)</i>				
Y1	0,213	0,868	0,000	Valid
Y2	0,213	0,866	0,000	Valid
Y3	0,213	0,773	0,000	Valid
Y4	0,213	0,648	0,000	Valid
Y5	0,213	0,867	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

B. Hasil Uji Reliabilitas

Pernyataan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa r alpha lebih besar dari 0,60. Hal ini membuktikan bahwa instrumen penelitian berupa kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten karena r alpha lebih besar.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

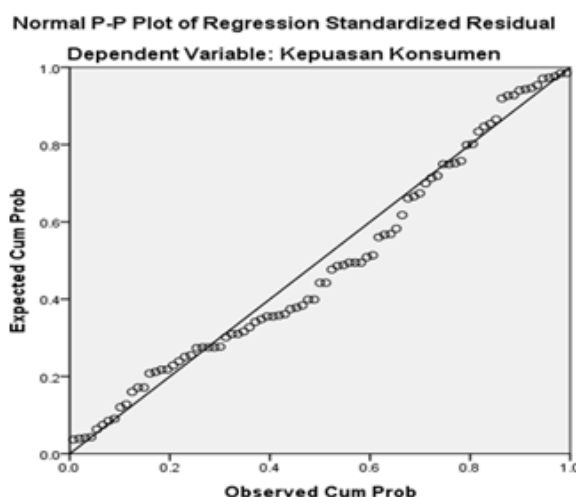
Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas	Keterangan
<i>Layout (X1)</i>	0,60	0,770	Reliabilitas diterima
<i>Harga (X2)</i>	0,60	0,834	Reliabilitas diterima
<i>Trust (X3)</i>	0,60	0,826	Reliabilitas diterima
<i>Kepuasan Konsumen (Y)</i>	0,60	0,806	Reliabilitas diterima

Sumber: Data diolah 2022

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas pada gambar 1 menunjukkan bahwa Standardized Residual dependent pada variabel kepuasan konsumen Y menunjukkan bahwa data pada penelitian terdistribusi dengan normal, karena data menyebar mengikuti garis diagonal.



Gambar 1. Uji Normalitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

2. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai VIF variabel *layout* (X1) $1,790 < 10$ dan nilai *tolerance value* $0,559 > 0,1$. Variabel harga (X2) $2,313 < 10$ dan nilai *tolerance value* $0,432 > 0,1$. Variabel *trust* (X3) $2,175 < 10$ dan nilai *tolerance value* $0,460 > 0,1$. Dari pernyataan diatas maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

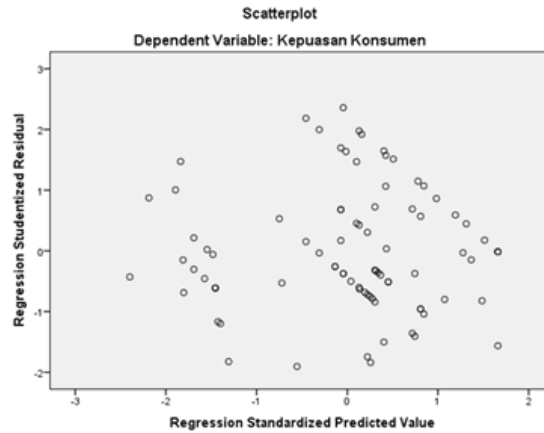
Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Layout</i> (X1)	0,559	1,790	Tidak Ada Multikolinieritas
Harga (X2)	0,432	2,313	Tidak Ada Multikolinieritas
<i>Trust</i> (X3)	0,460	2,175	Tidak Ada Multikolinieritas

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat tidak ditemukan pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol di sumbu y, sehingga bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah 2022

D. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Pernyataan pada tabel 5 menunjukkan bahwa rumus: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Maka dapat diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda $Y = 1,611 + 0,369X_1 + 0,439X_2 + 0,598X_3 + e$

Keterangan :

1. Nilai a = konstanta sebesar 1,611 akan menyatakan bahwa variabel *layout* (X_1), harga (X_2), *trust* (X_3) dinilai konstan, maka kepuasan konsumen terhadap Dragon Cafe Banyuwangi akan berpengaruh positif dengan nilai sebesar 1,611.
2. Variabel *layout* (X_1) mempunyai arah koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,369. Artinya setiap penambahan variabel *layout* sebesar 1, maka *layout* mengalami peningkatan sebesar 0,369. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *layout* yang baik pada Dragon Cafe Banyuwangi maka kepuasan konsumen juga mengalami peningkatan.
3. Variabel harga (X_2) mempunyai arah koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai sebesar 0,439. Artinya setiap penambahan variabel harga sebesar 1, maka harga mengalami peningkatan dengan nilai sebesar 0,439. Hal ini menunjukkan kenaikan harga yang baik pada Dragon Cafe Banyuwangi akan meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Variabel *trust* (X_3) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,598. Artinya setiap penambahan variabel *trust* sebesar 1, maka *trust* mengalami peningkatan sebesar 0,598. Hal ini menunjukkan dengan

meningkatkan *trust* yang baik pada Dragon Cafe Banyuwangi akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Tabel 5. Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Standardize				Collinearity Statistics	
		Unstandardize		d		Toleran	VIF
		d	Coefficients	Coefficients	t		
B	Std. Error	Beta	t	Sig.	ce		
1	(Constant)	1.611	1.968		.818	0.416	
	Pengaruh layout	0.369	.098	.344	3.788	0.000	0.559 1.790
	Harga	0.439	.195	.233	2.253	0.027	0.432 2.313
	Trust	0.598	.182	.329	3.281	0.002	0.460 2.175

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

E. Hasil Uji T (Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji T

Variabel	t hitung	Signifikasi
Layout (X1)	3,788	0,000
Harga (X2)	2,253	0,027
Trust (X3)	3,281	0,002

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan besarnya masing-masing dari variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil analisis uji t untuk variabel *layout* (X1) dengan t_{hitung} sebesar 3,788 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Jika signifikan $0,000 < 0,05 = (5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel *layout* signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Berdasarkan hasil analisis uji t untuk variabel harga (X2) dengan t_{hitung} sebesar 2,253 dan tingkat signifikan sebesar 0,027. Jika signifikan $0,027 < 0,05 = (5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan.
- c. Berdasarkan hasil analisis uji t untuk variabel *trust* (X1) dengan t_{hitung} sebesar 3,281 dan tingkat signifikan sebesar 0,002. Jika signifikan $0,002 < 0,05 = (5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel *trust* signifikan terhadap kepuasan konsumen.

F. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan Tabel 7 hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted r square* sebesar 0,612. Hal ini berarti variabel terikat kepuasan konsumen dipengaruhi

oleh variabel bebas yaitu *layout* (X1) harga (X2) *trust* (X3) sebesar 61,2% sedangkan sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi (R^2)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.791 ^a	.626	.612	1.98293	1.968

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

G. Pembahasan

Penelitian dan analisa yang telah dilakukan dengan pengujian 3 hipotesis telah memperoleh hasil yang baik. Hasil pengujian regresi linier berganda banyak menunjukkan bahwa variabel *layout* (X1) harga (X2) dan *trust* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

1. Pengaruh *Layout* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pertama yaitu *layout* (X1) menunjukkan *layout* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dibuktikan dengan t hitung sebesar 3,788 dari variabel *layout* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05 = (5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. *Layout* yang menarik dan nyaman bagi konsumen diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Dapat dilihat *layout* yang diterapkan di Dragon Cafe Banyuwangi mengambil konsep bangunan yang menarik dan memberikan kesan elegan, penataan meja kursi serta perabotan yang rapi serta ruangan dengan konsep outdoor dan pemberian panggung hiburan yang cukup besar membuat para konsumen betah untuk bersantai di Dragon Cafe Banyuwangi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Putra & Afandi, 2018) yang menyatakan bahwa tata letak jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua yaitu harga (X2) menunjukkan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dibuktikan dengan t hitung sebesar 2,253 dan variabel harga memiliki nilai signikansi sebesar $0,027 < 0,05 = (5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Harga sering dianggap sebagai indikator nilai, jika harga dikaitkan dengan manfaat yang diterima untuk suatu barang atau jasa. Pada tingkatan harga tertentu, ketika manfaat yang diterima konsumen meningkat, maka nilainya juga meningkat. Dapat dilihat variabel harga yang diterapkan di Dragon Cafe Banyuwangi adalah keterjangkauan harga yang ditawarkan oleh Dragon Cafe Banyuwangi, dengan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen

tentunya dapat dijadikan pertimbangan oleh konsumen. Dragon Cafe memiliki harga yang mampu bersaing dengan kompetitor, dengan kualitas produk yang dihidangkan di Dragon Cafe Banyuwangi mampu bersaing dengan produk yang serupa dengan kompetitor disekitarnya. Harga yang diberikan di Dragon Cafe sesuai dengan menu yang dihidangkan dengan adanya kesesuaian harga dengan menu yang dihasilkan dapat menarik daya beli konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Isfahila et al., 2018) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh *Trust* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis ketiga yaitu *trust* (X3) menunjukkan *trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dibuktikan dengan t hitung sebesar 3,281 dan variabel *trust* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05 = (5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. *Trust* yang diterapkan di Dragon Cafe Banyuwangi adalah *Ability* (keandalan) yaitu menu yang dihidangkan dan pelayanan memiliki kualitas baik, sehingga konsumen mempercayai kualitas menu yang ada di Dragon Cafe Banyuwangi. *Benevolence* (kebaikan hati) yaitu karyawan Dragon Cafe Banyuwangi memperdulikan konsumen yang melakukan pembelian. Dengan ini konsumen akan merasa dilayani dengan baik serta merasa aman dan puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan. *Integrity* (integritas) yaitu kejujuran pada pelayanan Dragon Cafe Banyuwangi diterapkan dengan baik. Hal ini konsumen percaya dengan Dragon Cafe Banyuwangi karena menerapkan kejujuran dalam menjalankan usahanya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Indirasari Cynthia Setyoparwati, 2019) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *layout*, harga dan *trust* terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *layout* (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dragon Cafe Banyuwangi. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik *layout* atau tata letak yang ada di Dragon Cafe Banyuwangi konsumen akan merasa nyaman, sehingga akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian di Dragon Cafe Banyuwangi.
2. Variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dragon Cafe Banyuwangi. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik Dragon Cafe memberikan harga pada produk atau menu yang dimiliki maka akan mempengaruhi

tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian di Dragon Cafe Banyuwangi

3. Variabel *trust* (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dragon Cafe Banyuwangi. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi *trust* yang diciptakan di Dragon Cafe Banyuwangi maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Barry, J. H. (2015). Manajemen Operasi (11 th ed.). *Jakarta: Selemba Empat*.
- Candra, T. F. (2017). Pemasaran Strategik. *Yogyakarta: ANDI*.
- Chandra, T. d. (2016). Service, Quality & Satusfaction, Ed 4. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Keller, P. K. (2012). Manajemen Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, G. A. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I . *Jakarta: Prenhalindo*.
- Lusiah. (2018). Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Hasil Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Swasta Di Kota Medan (Pertama). *Yogyakarta: CV Budi Utama*.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: *CV Pustaka Setia*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Manajemen. *Bandung: Penerbit Alfabeta*.
- Tjiptono, F. (2014). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Indirasari Cynthia Setyoparwati. (2019). 3. Pengaruh dimensi kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119.
- Isfahila, A., & Fatimah, F. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Putra, A. D., & Afandi, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tata Letak Fasilitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Atria Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 544–549.