

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Panties pizza merupakan sebuah restoran pizza lipat dari Itali yang memiliki slogan *I love panties like I love you*. *Panties pizza* memiliki visi *panties pizza* menjadikan alternative untuk pilihan makanan yang mudah di jangkau oleh seluruh masyarakat dan juga di nikmati oleh seluruh masyarakat dan juga dapat dinikmati oleh segala usia, sedangkan misi dari *panties pizza* itu sendiri adalah mengagendakan program kerja tim marketing dengan berbagai strategi promosi. *Panties pizza* masuk ke Indonesia pertama kali di bangun di kota solo pada tahun 2012 dan untuk sekarang *panties pizza* sudah tersebar sekitar 60 toko di berbagai penjuru Indonesia.

Di Yogyakarta *panties pizza* sudah memiliki empat cabang, *panties pizza* masuk ke Yogyakarta pada tahun 2014 yang pertama kali di bangun di jalan Gejayan, dan pada tahun 2016 *panties pizza* membuka dua cabang yang pertama itu di jalan Kaliurang dan yang kedau di jalan Pakuningratan, dan pada tahun 2017 *panties pizza* membuka cabang di jalan Taman siswa.

#### 1. Jenis Kelamin

Hasil dari penyebaran kuisisioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jabatan responden yang dijelaskan pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1  
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	37	37.0	37.0	37.0
	Perempuan	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari table 4.1 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyebutkan pengunjung yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 63 orang atau 63% dan sisanya adalah pengunjung yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 37 orang atau 37%

## 2. Usia

Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan usia yang dijelaskan pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2  
Karakteristik responden berdasarkan usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 15 Tahun	2	2.0	2.0	2.0
	15-25 Tahun	87	87.0	87.0	89.0
	26-35 Tahun	8	8.0	8.0	97.0
	> 35 Tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari table 4.2 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyebutkan pengunjung yang berumur di bawah 15 tahun berjumlah 2 orang atau 2% , pengunjung yang berumur 15-25 tahun berjumlah 87 orang atau 87% , pengunjung yang berumur 26-35 tahun berjumlah 8 orang atau 8% , dan sisanya pengunjung yang berumur lebih dari 35 tahun berjumlah 3 orang atau 3%.

### 3. Frekuensi Pembelian

Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan usia yang dijelaskan pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.3  
Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 Kali	41	41.0	41.0	41.0
	> 2 Kali	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari table 4.3 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyebutkan pengunjung yang frekuensi pembelian 2 kali sebanyak 41 orang atau 41% , dan pengunjung yang frekuensi pembelian lebih dari 2 kali sebanyak 59 orang atau 59%.

#### B. Uji Kualitas instrument

##### 1. Uji validitas

Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment person* dengan level signifikansi 5%. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid

Tabel 4.4  
Uji validitas

Variabel	Item pertanyaan	Sig.	Keterangan
Layout accessibility	X1	0,000	Valid
	X2	0,000	Valid
	X3	0,000	Valid
	X4	0,000	Valid
	X5	0,000	Valid
	X6	0,000	Valid
Facility aesthetics	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
	X1.4	0,000	Valid
Cleanliness	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	Valid
	X2.3	0,000	Valid
	X2.4	0,000	Valid
	X2.5	0,000	Valid
	X2.6	0,000	Valid
Kepuasan pelanggan	Y1	0,000	Valid
	Y2	0,000	Valid
	Y3	0,000	Valid
	Y4	0,000	Valid

Lanjutan:

	Y5	0,000	Valid
	Y6	0,000	Valid
	Y7	0,000	Valid
	Y8	0,000	Valid
	Y9	0,000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.4 Seluruh pertanyaan dari variable *layout accessibility*, *facility aesthetics*, *cleanliness* valid karena nilai signifikansi  $p < 0,05$

## 2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha*. Koefisien *cronbach alpha* yang lebih dari 0,6 menunjukkan keandalan (*reliabilitas*) instrument.

Tabel 4.5  
Uji realibilitas

Variabel	Conbrach's alpha	keterangan
<i>Layout accesibility</i>	0,887	Reliable
<i>Facility aesthetics</i>	0,931	Reliable
<i>Cleanliness</i>	0,848	Reliable
Kepuasan pelanggan	0,935	Reliable

Dari hasil tabel 4.5 didapatkan data hasil uji reliabilitas untuk 3 variabel dinyatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* diatas  $\geq 0,6$ . Artinya variabel *layout accesibility, facility aestherics, cleanliness* dan kepuasan pelanggan mempunyai konsistensi skor yang bagus tiap item pertanyaan dalam setiap variabel.

### C. Uji asumsi klasik

#### 1. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Metode pengujian yang biasa digunakan yaitu dengan melihat nilai Inflation Factor (VIF) dan Tolerance pada model regresi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0.1 maka model regresi bebas dari multikolinearitas, dari pengujian menggunakan *SPSS* maka di dapatkan lah hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6  
Uji multikolinearitas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Layout Accesibility	.626	1.597
	Facility Aesthetic	.646	1.549
	Cleanliness	.538	1.859

#### a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasar kan table 4.6 menunjukkan bahwa output coefficient terlihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor*. Variabel *layout accesibility Panties Pizza Yogyakarta* adalah (X1), *facility aesthetic Panties Pizza Yogyakarta* adalah (X2), *Cleanliness Panties Pizza Yogyakarta* adalah (X3). Dari semua hasil yang di peroleh, semua hasil menunjukkan nilai lebih kecil dari 10 (Semua nilai VIF <10)

maka pada model regresi dalam penelitian ini yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinieritas.

## 2. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah homokedasitas atau tidak terjadi heteroskedasitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas adalah dengan melihat bila P lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedasitas :

Tabel 4.7  
Uji heteroskedasitas

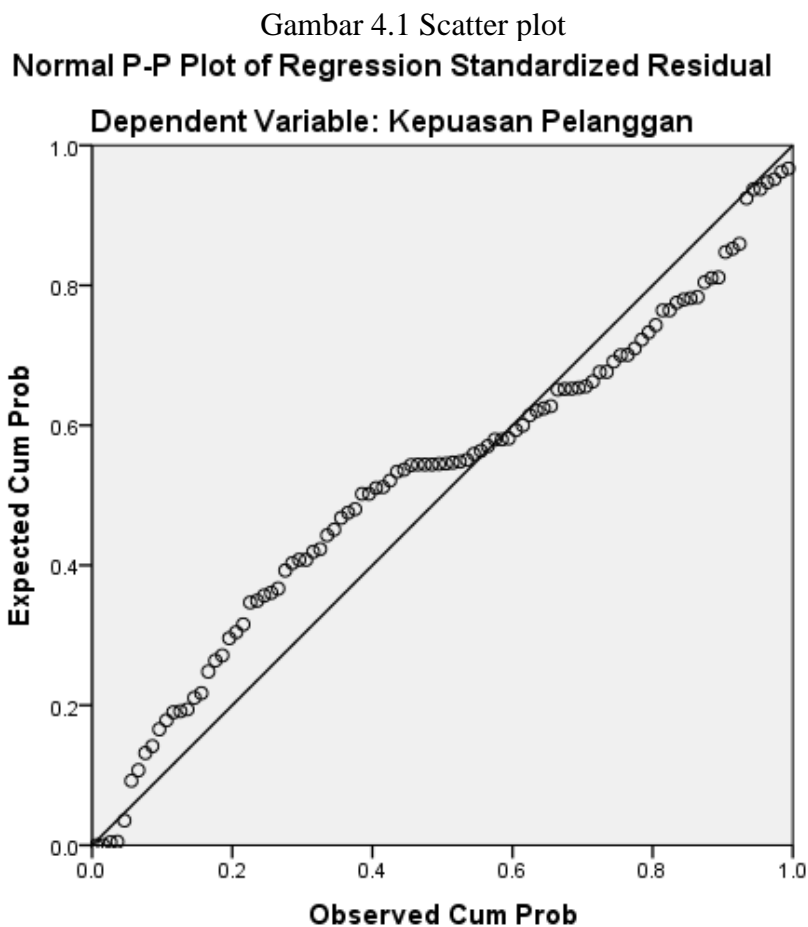
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.089	3.202		.965	.337
	Layout	-.052	.111	-.059	-.470	.639
	Accessibility					
	Facility	-.230	.130	-.220	-1.770	.080
	Cleanliness	.224	.146	.209	1.535	.128

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## 3. Uji normalitas

Uji normalitas pada model regresi bertujuan untuk menguji nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Jadi dalam hal ini yang di uji normalitas bukan masing-masing variabel independen dan dependen tetapi nilai residual yang dihasilkan dari model regresi. Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah dengan Normal P-P Plot, pada prinsipnya normalitas dapat di deteksi dengan

melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari residualnya. Jika titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika titik-titik tidak mengikuti arah garis diagonal atau histogram, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Uji normalitas juga dapat dilihat dari nilai sig, jika nilai sig  $> 5\%$  maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal. Dan jika sig  $< 5\%$  maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal. Dari hasil uji normalitas



di ketahui bahwa nilai statistik  $0,090 > \alpha 5\%$  sehingga dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal.

Tabel 4.8  
Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.46234463
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.085
	Negative	-.125
Kolmogorov-Smirnov Z		1.246
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### D. Hasil Pengujian Hipotesis

##### 1. Persamaan regresi berganda

Perhitungan statistic dalam regresi linear berganda yang di gunakan ini adalah menggunakan bantuan program *SPSS 23*.

Tabel 4.9

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		-.257	.798
	Layout Accesibility	.296	3.282	.001
	Facility Aesthetic	.252	2.836	.006
	Cleanliness	.308	3.164	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat di susun persamaan regresi berganda berikut:

$$Y = -1,139 + 0,296X1 + 0,252X2 + 0,308X3$$

Dimana :

Y = Variabel terikat kepuasan pelanggan

X1 = Variabel bebas ( *Layout accessibility* )

X2 = Variabel bebas ( *Facility aesthetic* )

X3 = Variable bebas ( *Cleanliness* )

1. Nilai Konstan (a) sebesar -1,139
2. Koefisien Regresi X1 (*layout accessibility*) dari perhitungan linear berganda didapat nilai *coefficient* (b1) = 0,296. Hal ini berarti setiap ada peningkatan *reliability* sebesar 0,296 maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,296 dengan anggapan variabel *facility aesthetic* (X2), Variabel *cleanliness* (X3), adalah konstan.
3. Koefisien Regresi X2 (*facility aesthetic*) dari perhitungan linear berganda didapat nilai *coefficient* (b1) = 0,252. Hal ini berarti setiap ada peningkatan *reliability* sebesar 0,252 maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,252 dengan anggapan variabel *layout accesibility*(X1), Variabel *cleanliness* (X3), adalah konstan.
4. Koefisien Regresi X3 (*cleanliness*) dari perhitungan linear berganda didapat nilai *coefficient* (b1) = 0,308 Hal ini berarti setiap ada peningkatan *reliability* sebesar 0,308 maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,308 dengan anggapan variabel *layout accesibility*(X1), Variabel *facility aesthetic* (X2), adalah konstan.

## 1. Uji Hipotesis

### a. Uji f

Untuk menguji pengaruh *layout accessibility, facility aesthetic, dan cleanliness* terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F adapun hasil uji F dapat dilihat dari hasil table berikut :

Tabel 4.11  
Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3094.306	3	1031.435	33.521	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2953.884	96	30.770		
	Total	6048.190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Cleanliness, Facility Aesthetic, Layout Accesibility

Dari tabel 4.11 Menunjukkan hasil uji f adalah 35,521 dengan tingkat signifikan 0,00 jauh lebih kecil dari level *significance* yang digunakan yakni sebesar 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh *layout accesibility, facility aesthetic, dan cleanliess* secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dapat **diterima**.

### b. Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh antara *layout accessibility, facility aesthetic dan cleanliness* sebagai variabel independen secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Hasil uji statistik t diuji dengan alat analisis SPSS 23 for Windows yang disajikan pada table

Tabel 4.10  
Uji T

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		-.257	.798
	Layout Accessibility	.296	3.282	.001
	Facility Aesthetic	.252	2.836	.006
	Cleanliness	.308	3.164	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa variable *layout accessiility* di peroleh nilai koefisien sebesar 0,296, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *layout accessibility* terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Artinya semakin baik *layout accessibility* maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Angka  $p$  0,001 ini menunjukkan bahwa angka  $p$  di bawah 0,05 sehingga hipotesis 1 **diterima** dan dapat dinyatakan bahwa *layout accessibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya penerapan *layout accessibility* yang baik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variable *facility aesthetic* diperoleh nilai koefisien sebesar 0,252 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *facility aesthetic* terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Artinya semakin baik *facility aesthetic* makan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Angka  $p$  0,006 menunjukkan bahwa angka  $p$  di bawah 0,05 sehingga hipotesis 2 **diterima** dan dapat dinyatakan bahwa *facility aesthetic* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya *facility aesthetic* yang baik akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel *cleanliness* diperoleh nilai koefisien sebesar 0,308 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *cleanliness* terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Artinya semakin baik *cleanliness* maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Angka  $p$  0,002 menunjukkan bahwa angka  $p$  dibawah 0,05 sehingga hipotesis 3 **diterima** dan dapat dinyatakan bahwa pengaruh *cleanliness* terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Artinya semakin baik *cleanliness* maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan

### 3. kofisien determinasi (R2)

Koefisien determinasi bertujuan mengetahui seberapa besarnya pengaruh *layout accessibility*, *facility aesthetic*, dan *cleanliness* terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.12  
Uji determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 <sup>a</sup>	.512	.496	5.547

a. Predictors: (Constant), Cleanliness, Facility Aesthetic, Layout Accesibility

Pada tabel 4.12 nilai *Adjusted R Square* menunjukkan angka 0,496. Hal ini berarti bahwa variabel independent dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependent sebesar 49,6% sedangkan 50,4% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukan kedalam penelitian.

## E. Pembahasan

### 1. Pengaruh layout accessibility terhadap kepuasan pelanggan

Hipotesis pertama adalah “layout accessibility memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan“. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial di peroleh bahwa variabel layout accessibility mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi semakin semakin baik layout accessibility suatu restoran maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel *layout accesibility* sangat penting di pertimbangkan untuk seluruh gerai *Panties Pizza* yang ada di Yogyakarta.

*Layout accesibility* sangat penting untuk di pertimbangkan karena di zaman sekarang ini, agar restoran dapat bersaing dengan pesaing sejenisnya saat ini restoran harus memperhatikan *layout accessibility* karena dengan penataan ruangan yang efektif akan mempermudah pengunjung untuk mudah bergerak bebas di dalam ruangan seperti kemudahan untuk akses ke bebrapa ruangan yang ada di dalam restoran sebagai contoh kemudahan. Dengan kondisi layout yang efektif akan membuat pengunjung nyaman dan mungkin betah untuk berlama lama di dalam restoran.

Secara keseluruhan gerai *Panties Pizza* yang ada di Yogyakarta pada umumnya telah menciptakan *layout accessibility* yang baik, walaupun untuk luas bangunan setiap gerai nya berbeda tetapi disini *Panties Pizza* berusaha menciptakan layout accessibility yang baik. Misalkan saja *Panties Pizza* di jalan Gejayan, di bandingkan dari cabang lainya *Panties Pizza* di Gejayan ini memang lebih memiliki

ukuran dan luas bangunan yang lebih kecil dari cabang lainya, tetapi disini *Panties Pizza* tidak memaksakan kuota pengunjung untuk makan di restoran tersebut, ini terlihat dari penataan meja yang tidak terlalu rapat dengan meja lain nya sehingga menciptakan kesan yang luas, dan memudahkan pengunjung untuk berpindah kemana saja pengunjung inginkan ketika di dalam restoran. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Miles, P., et all (2012), Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996) juga selaras dengan menyatakan *layout accessibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi kesimpulannya hipotesis pertama terbukti

## 2. Pengaruh *facility aesthetic* terhadap kepuasan pelanggan

Hipotesis kedua adalah “*facility aesthetic* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan” Berdasarkan hasil pengujian secara parsial di peroleh bahwa variabel *facility aesthetic* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi semakin semakin baik *facility aesthetic* suatu restoran maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel *facility aesthetic* sangat penting di pertimbangkan untuk seluruh gerai *Panties Pizza* yang ada di Yogyakarta.

*Facility aesthetic* merupakan hal yang sangat penting untuk bisnis restoran saat sekarang ini, karena setiap restoran harus bisa mengikuti tren saat sekarang ini. Semakin maju nya zaman sekarang bisnis restoran tidak hanya fokus pada rasa makanan. Tetapi disini bagaimana restoran menciptakan desain bangunan yang bisa menarik pengunjung untuk datang ke restoran tersebut.

Secara keseluruhan gerai *panties pizza* di Yogyakarta sudah memiliki *facility aesthetic* yang baik, ini terbukti dari desain yang di ciptakan oleh *Panties Pizza* cukup sangat menarik, tidak hanya menarik *facility aesthetic Panties Pizza* juga mempunyai karakter yang khas, misalnya saja untuk bagian lantai perpaduan antara ubin dan keramik yang bermotif menghasilkan sebuah karakteristik tersendiri bagi *panties pizza*.

Tidak hanya itu pemilihan warna dan dekorasi yang di tampilkan di *panties pizza* juga sangat menarik dan sangat mengikuti perkembangan zaman saat sekarang ini. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Miles, P., Miles, et all (2012), , Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996) juga selaras dengan menyatakan *Facility aesthetics* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi kesimpulannya hipotesis pertama terbukti

### 3. Pengaruh *cleanliness* terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis ketiga adalah “*Cleanliness* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan” Berdasarkan hasil pengujian secara parsial di peroleh bahwa variabel *Cleanliness* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi semakin semakin baik *Cleanliness* suatu restoran maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel *Cleanliness* sangat penting di pertimbangkan untuk seluruh gerai *Panties Pizza* yang ada di Yogyakarta.

*Cleanliness* merupakan hal yang sangat penting untuk bisnis restoran saat sekarang ini, karena variabel *cleanliness* ini sendiri terkait dengan kebersihan sebuah restoran. kebersihan restoran saat sekarang ini menjadi tolak ukur pengunjung



untuk menilai bagaimana kualitas suatu restoran, untuk di *Panties Pizza* sendiri semua aspek sudah baik. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Miles, P., et al. (2012), Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996) juga selaras dengan menyatakan *cleanliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi kesimpulannya hipotesis pertama terbukti

4. Pengaruh *layout accessibility*, *facility aesthetic* dan *cleanliness* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis keempat adalah “*layout accessibility*, *facility aesthetics* dan *cleanliness* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan” Berdasarkan hasil pengujian secara simultan di peroleh bahwa variabel *layout accessibility*, *facility aesthetic* dan *cleanliness* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi semakin baik *layout accessibility*, *facility aesthetic* dan *cleanliness* suatu restoran maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel *layout accessibility*, *facility aesthetic* dan *cleanliness* sangat penting di pertimbangkan untuk seluruh gerai *Panties Pizza* yang ada di Yogyakarta.

Jika sebuah restoran ingin meningkatkan kepuasan pelanggan, sebuah restoran harus mampu melakukan peningkatan di semua dimensi variabel *layout accessibility*, *facility aesthetic* dan *cleanliness* secara kontinu. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Miles, P., et al (2012), Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996) juga selaras dengan menyatakan *layout accessibility*, *facility aesthetics* dan *cleanliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi kesimpulannya hipotesis pertama terbukti