BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data penelitian yang telah dilakukan, bagaimana proses pembentukkan citra *House of* Raminten melalui *interior store* di benak pengunjung yang menjadi rumusan masalah penelitian ini dapat terjawab dalam kesimpulan yang ditemukan penulis.

Proses pembentukkan citra di benak konsumen melalui *interior store House of* Raminten diawali dari konsumen memperhatikan elemen-elemen yang terdapat pada *interior store House of* Raminten. Perhatian pengunjung tersebut memberikan pengalaman indrawi terhadap pengunjung. Pengalaman indrawi tersebut berupa penglihatan terhadap elemen warna dan pencahayaan, penampilan wiraniaga, beberapa perabotan dalam café. Pengalamanan indrawi pendengaran terhadap elemen musik, dan pengalaman indrawi penciuman terhadap elemen aroma pada *interior House of* Raminten. Perhatian terhadap elemen *interior* tersebut memberikan kesan tradisional dan klasik yang dirasakan pengunjung melalui pengalaman perasaannya. Pengunjung juga merasakan kesan tradisional dari pengalaman bertindak ketika berada di *House of* Raminten. Gaya duduk yang lesehan, dan berdekatan satu sama lain diyakini sebagai sebuah gaya duduk tradisional. Perhatian dan kesan yang dirasakan pengunjung baik berkaitan dengan pengalaman indrawi, perasaan, bertindak, menciptakan sebuah pengalaman yang mengacu pada budaya tradisional Jawa.

Perhatian dan kesan yang dirasakan pengunjung memberikan juga sebuah pengalaman berpikir di benak pengunjung. Pengalaman tersebut menghasilkan pemikiran tentang konsep yang diterapkan pada *interior House of* Raminten dengan menggunakan konsep tradisional Jawa ini adalah sebuah konsep yang unik karena jarang *interior* café berkonsep seperti itu. Berdasarkan pemikiran tersebut dihasilkan keyakinan bahwa *House of* Raminten adalah café yang unik. Citra unik terbentuk karena *design interior* seperti yang dimiliki *House of* Raminten ini jarang ditemui oleh pengunjung, sedangkan citra tradisional Jawa dan klasik terbentuk dari perhatian dan kesan pengunjung terhadap elemen *House of* Raminten. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa proses pembentukan citra melalui *interior* dimulai dari pengunjung berada di *interior House of* Raminten, lalu mendapatkan pengalaman yang akhirnya membentuk citra *House of* Raminten.

Citra *House of* Raminten sebagai sebuah café unik, klasik, dan berkonsep tradisional Jawa ini, kurang lebih sesuai dengan apa yang diharapkan oleh *House of* Raminten sebagai sebuah café, yang ingin mendapat citra unik-tradisional. Proses pembentukan citra tersebut sesuai dengan apa yang telah dikonsepkan pada kerangka konsep.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan penelitian, maka penulis memberikan saran :

Model Komunikasi SMCR (David K. Berlo dalam Mulyana 2007:12) dapat diterapkan pemilik *café* pada *interior store*nya. Pemilik *brand* dapat memanfaatkan *Design interior store* untuk melakukan komunikasi dengan tujuan membentuk citra di benak konsumen. Pemilik *brand* dapat menuangkan pesan atau informasi melalui element *interior store* dengan tujuan membujuk atau mengarahkan pengguna *interior* pada tujuan yang diinginkan *brand.* Sehingga penelitian berikutnya dapat membuktikan apakah *interior store* juga mampu berperan dalam memberikan persuasi yang diharapkan *brand*.

Pengunjung lebih tertarik pada konsep tradisional yang lebih terlihat dari element *interior House of* Raminten. Citra unik tradisional yang diharapkan oleh *House of* Raminten melalui usaha men*design interior store* dengan konsep perpaduan tradisional moderen memang sudah dapat dikatakan berhasil, namun citra unik terbentuk bukan berdasarkan perpaduan elemen *interior store* yang mewakili moderen dan tradisional melainkan lebih pada karena *interior* seperti *House of* Raminten jarang ditemui pengunjung. Penulis memberikan saran kepada *House of* Raminten untuk memfokuskan pada konsep tradisional Jawa saja, sehingga kesan tradisional didapatkan pengunjung tidak hanya dari *interior* yang seperti itu saja. Strategi yang disarankan penulis seperti mengubah elemen *interior store* yang dapat menunjukkan kebudayaan tradisional Jawa beberapa waktu sekali, seperti warna dinding diberi corak batik, menambahkan perabotan wayang, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan *interior store.* Hal ini dilakukan untuk mencegah kejenuhan pengunjung yang sudah datang berkali-kali ke *House of* Raminten, ataupun munculnya kompetitor yang menggunakan

konsep sama. Kesan unik akan hilang jika banyak café yang menggunakan konsep seperti *House of* Raminten.

Daftar pustaka

Buku :

Barletta, Martha. 2004. *Marketing To Women*. Jakarta: PPM

Berman, Berry and Evan R. Joel. 2004. *Retail Management.* New Jersey : Prentice Hall Internasional.

Berman, Barry & Evans, Joel R., (2010). *Retail Management* (11th ed.) New Jersey: Prentice Hall.

Bugin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana prenada media group.

Ching, Francis D.K, 2002, *Architectue, Space and Order, New York,* New York: Maxmillan Publishing Company.

Dodsworth, Simon, 2009, *The Fundamentals of Interior Design*, USA: AVA Publising.

Emzir. 2010. *Analisis data: Metode Penelitain Kualitatif.* Jakarta: Rajawali Pers.

Effendi, Onong. 2004 *Dinamika Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosda Karya.

Fiske, John, 1990, *Introduction To Communication Studies Second Edition*, New York: Rouledge.

Fisher, B. Aurbey. 1990. Teori-teori Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Halim, Deddy. 2005. Psikolgi Arsitektur Pengantar Kajian Lintas Disiplin. Jakarta: Grasindo

Karjalainen, Toni-Matti. 2004, *Semantic Transformation In Design: Communicating Strategic Brand Identity Through Product Design* References, Helsinki- Finland :Univesity of Art and Design Helsinki

Keller, Kevin Lane dan Lehmann, Donald R., 2006, *Brands and Branding: Research Findings and Future Priorities, Journal Of Marketing Science*, Vol.25, No.6, November-December 2006, pp.740-759

Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Ed. 9. Penerbit: Prenhalindo Jakarta.

Krisyantono, Rachmat. 2009. Teknik Riset Komunikasi. Jakarta: Prenada Media.

Lawson, Fred, 1998, *Restaurants, Clubs & Bars, Planning, Design And Investment For Food Service Facilities*, Oxford-UK: Architectural Press.

Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Nawawi, Martini. 2002. Penelitian Terapan. Yogyakarta: Gajah Mada Press

O'Guinn, Allen, Semenik. 2008. *Advertising and Integrated Brand Promotion.*USA: South Western Collage Publisher.

Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Tan, Rio Budi Prasadja. 2002. Psikologi Pelayanaan jasa Hotel, Restoran, Kafe. Jakarta: Esensi Erlangga Group.

Widyatama, Rendra. 2007. Pengantar periklanan. Yogyakarta: Pustaka *Book* Publisher

Penelitian :

Wicaksono, Adityas Agung. 2012, "Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". Penelitian yang Tidak diterbitkan: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Cahyono, Ekalypta. 2005. "Strategi Komunikasi Visual Poster Srengenge dalam Membentuk Corporate Image Sebagai Biro Iklan". Penelitian yang tidak diterbitkan: universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Internet :

www.okezone.com (Daniel Surya dalam artikel "menilik *brand experience*", diakses tanggal 30 april 2013)

www.sindonews.com (Daniel Surya dalam artikel "*your brand message is brand xperience*", diakses tanggal 29 april 2013)

Table 1.2 Panduan Observasi

Obervasi	Data	Bentuk Data
Warna keseluruhan cafe	- Warna dinding - Warna lantai - Warna kursi - Warna meja	- *Photo* - Deskriptif
Penerangan	- Sumber penerangan - Warna penerangan	- *Photo* - Deskriptif
Kebersihan	- Kebersihan kafe - Kebersihan lantai - Kebersihan meja	- *Photo* - deskriptif
Musik dan suhu	- Jenis musik yang sering diputar - *Volume* musik - suhu (panas /dingin)	- Deskriptif
Penampilan wiraniaga	- Pakaian - Atribut - Dandanan - Pelayanan -	- *Photo* - Deskriptif
Lantai	- Jenis lantai - Bentuk lantai - Atribut lantai -	- *Photo* - Deskriptif
Aroma	- Aroma yang tercium	- Deskriptif
Perabotan	- Perabotan yang ada - Letak perabotan - Bentuk perabotan	- *Photo* - Deskriptif
Tekstur dinding	- Tekstur dinding	- *Photo*
Lorong ruang	- Lorong/ akses dalam kafe	- *Photo*
Transportasi antar lantai	- Tampilan tangga	- *Photo*
Teknologi	- Teknologi yang ada	- Deskriptif

Lampiran ii

INTERVIEW GUIDE

***Interview guide* dengan pengunjung**

1. Setelah melihat dan memperhatikan *interior* disini, persepsi atau citra apa yang muncul tentang *House of* Raminten ini ?
2. Ceritakan bagaimana *citra* atau persepsi *House of* raminten itu dapat terbentuk (dari segi *interior* café)?
3. Komponen apa aja dari *interior* café ini, yang menjadi indikator sampai tersimpulkan citra seperti itu?
4. Perasaan apa yang anda rasakan ketika berada disini?
5. Pemikiran apa yang munjul tentang café House of Raminten ini, setelah melihat interiornya?
6. Menurut anda, interior seperti seperti ini cocok untuk sebuah kafe? kenapa?
7. Menurut anda apa yang membuat *interior* kafe ini menarik?

Interview guide dengan pihak *House of* Raminten

1. Bagaimana awal berdirinya *House of* Raminten ?
2. Konsep apa yang digunakan *House of* Raminten ?
3. Apakah yang menjadi target *House of* Raminten melalui *interior*nya ?
4. Citra apa yang ingin dibentuk kepada pengunjung melalui *interior store House of* Raminten ?
5. Apakah konsep *interior* yang di gunakan sengaja untuk membentuk citra tersebut?
6. Siapa yang menjadi target *House of* Raminten ?

LAMPIRAN iii

Salinan wawancara dengan responden

wawancara dengan responden pria 1

Responden : Poyal Pergie Kenedi, tanggal 11 agustus 2013, responden 1)

1. **Setelah melihat dan memperhatikan *interior* disini, persepsi atau citra apa yang muncul tentang *House of* Raminten ini ?**
   café unik, soalnya bernuansa tradisional Jawa, banyak atribut-atribut jawanya, jarang ada cafe yang kaya gini. (wawancara Elsi Malinda, 23 agustus 2013, responden 2).
2. **Ceritakan bagaimana *citra* atau persepsi *House of* raminten itu dapat terbentuk (dari segi *interior* café)?**
   Yaa waktu aku masuk aku nyium aroma yang khas, trus pelayannya pake pakaian Jawa gitu, trus dari foto-foto yang ada, dari kereta, gong, sama warna kafe-nya itu keliatan tradisional, ditambah musik yang ada disini juga musik sinden, kerasa banget budaya Jawanya, tapi tetap keliatan moderen karna keliatan emang sengaja ditata kaya gini interiornya, orang-orang yang ada di sini juga banyak anak mudanya, ada bulenya malah, berartikan cafenya bagus.
3. **Komponen apa aja dari *interior* café ini, yang menjadi indikator sampai tersimpulkan citra seperti itu?**
   Aroma dupa, pakaian pelayannya, musik sinden, trus dari foto-foto, dari kereta, gong, sama warna kafe-nya itu keliatan tradisional.
4. **Perasaan apa yang anda rasakan ketika berada disini?**
   Aku ngerasa kaya ada disebuah tempat di pedesaan yang masih tradisional gitu tempatnya, ya kaya di pedesaan-pedesaan Jawa yang masih kental budayanya, pokoknya budaya Jawanya tu kerasa lah.

5. **Pemikiran apa yang munjul tentang café House of Raminten ini, setelah melihat interiornya?**

   Eee café ini, dia pake konsep tradisional Jawa, yang khas lah dengan budaya di sini, interiornya tu beda dengan café-café yang pernah aku aku datangin, jarang jadi unik.

6. **Menurut anda, interior seperti seperti ini cocok untuk sebuah kafe? kenapa?**

   Kalo menurutku cocok-cocok aja sih, unik malah, soalnya kan jarang ada café dengan interior seperti ini, jadi ngasi suasana tongkrongan baru buat pengunjung, kalo café-café mewahkan banyak tapi café yang kental budaya gini jarang. Jadi aku pikiri ya sah-sah aja mau pake interior kaya gini biar pengunjung rame.

7. **Menurut anda apa yang membuat *interior* kafe ini menarik?**

   Yang bikin interiornya menarik itu Hiasan-hiasannya, terus pakaian pelayannya, warnanya sama cahayanya juga menarik, soalnya aneh, tapi jadi menarik karena bagus.

wawancara dengan responden wanita 1

Responden : Elsi Malinda, tanggal 23 agustus 2013, responden 2

1. **Setelah melihat dan memperhatikan *interior* disini, persepsi atau citra apa yang muncul tentang *House of* Raminten ini ?**
   Kalo dari interiornya kelihatan unik, eee café unik, soalnya bernuansa tradisional Jawa, banyak atribut-atribut jawanya, jarang ada cafe yang kaya gini malah jadi unikkan hehehe.
2. **Ceritakan bagaimana *citra* atau persepsi *House of* raminten itu dapat terbentuk (dari segi *interior* café)?**
   Hemm dari aromanya, trus musiknya, foto-foto, kereta, patung-patung, warna cafenya, kesan tradisional kerasa banget, pokoknya setau ku jarang ada café yang kaya ini, makanya aku mikir Raminten ini café yang unik.
3. **Komponen apa aja dari *interior* café ini, yang menjadi indikator sampai tersimpulkan citra seperti itu?**
   Eee aromanya, terus hiasan-hiasanya, musiknya, warna sama lampunya yang agak remang, jadi keliatan kaya tradisional gitu eh,, iya gak sih, hahahaha itu sih, sama itu tuh gong yang ada di depan tuh yang ditengah-tengah jalan, kan itu alat musik tradisional.
4. **Perasaan apa yang anda rasakan ketika berada disini?**
   Hemmm ngerasa tenang ya, tenang terus nyaman, kaya ada di tempat yang bedalah pokoknya, jadi suasana tradisionalnya itu bener-bener bisa aku rasakan.
5. **Pemikiran apa yang munjul tentang café *House of* Raminten ini, setelah melihat interiornya?**
   Eee Raminten itu, café yang dibentuk dengan konsep tradisional Jawa, jadi pengunjungnya tu gak cuman bisa nongkrong doang, tapi bisa ngerasain ini loh budaya jawa.
6. **Menurut anda, interior seperti seperti ini cocok untuk sebuah kafe? kenapa?**

Cocok sih, interior nya bagus,oke kok., eee kan orang beda-beda, ada yang suka nongkrong di cafe mewah, ada yang suka nongkrong di café sederhana, lagian karena ini di jogja ya jadi cocok-cocok aja kalo kafenya ada Jawa-Jawanya, gitu sih kalo menurut ku.

7. **Menurut anda apa yang membuat *interior* kafe ini menarik?**

   Yang bikin menari dari interior café ini, Eee Suasananya yang tradisional, itu yang bikin menarik, soalnya kan jarang bisa ngerasain suasana café seperti ini. Ini malah bisa jadi daya tarik tersendiri buat pengunjung.

wawancara dengan responden pria 2

Responden : Michael Dewanto, tanggal 15 agustus 2013

1. **Setelah melihat dan memperhatikan *interior* disini, persepsi atau citra apa yang muncul tentang *House of* Raminten ini ?**

   Raminten ini tempat nongkrong, café ya, Eee, Café yang khas dengan budaya Jawa,

2. **Ceritakan bagaimana citra atau persepsi *House of* raminten itu dapat terbentuk (dari segi *interior* café)?**

   Ya terlihat dari interior cafénya, seperti gong, sesajen bunga, pelayannya pake baju khas jawa, terus musiknya juga gemelanan, sinden, udah dari situ kan kelihatan tradisional Jawanya.

3. **Komponen apa aja dari *interior* café ini, yang menjadi indikator sampai tersimpulkan citra seperti itu?**

   Aroma dupa, pakaian pelayannya, musik sinden, trus dari foto-foto, dari kereta, gong, sama warna kafe-nya itu keliatan tradisional, Itu semua kan sesuatu yang *identik dengan kebudayaan Jawa.*

4. **Perasaan apa yang anda rasakan ketika berada disini?**

   Di sini tu bikin nyaman , Yaa, aku ngerasa nyaman aja, suasanaya tu tradisional, trus eee musiknya tu bikin tenang, jadi kerasa banget, gitu loh, Jogjanya.

5. **Pemikiran apa yang munjul tentang café *House of* Raminten ini, setelah melihat interiornya?**

   Eee café ini unik ya, soalnya dari konsep cafénya, ya jarang ada café yang interiornya dibikin kaya gini, ini malah jadi daya tarik buat pengunjung.

6. **Menurut anda, interior seperti seperti ini cocok untuk sebuah kafe? kenapa?**

   Cocok-cocok aja kalo menurut ku, karna kalo nongkrong itu kan kita pilih tempatnya karna suasananya, dengan interior seperti ini cafenya jadi keliatan beda, kan ada orang yang suka dengan suasana budaya tertentu, kaya Italian,

atau apa gitu, kalo untuk café cocok kok mau pake konsep interior ala apa aja, selama masih berbentuk café hahahah,

7. **Menurut anda apa yang membuat *interior* kafe ini menarik?**

   Yang bikin menarik karena khas dengan budaya Jawa, ya seperti kita liat ya, yang dari luar Jogja kaya wisatawan atau apa gitu kebanyakannya kan lebih tertarik dengan hal-hal yang berbau khas Jawa, kaya bule-bule juga kan lebih tertarik dengan hal-hal yang berbau budaya kan, interior café ini juga cukup menarik buat dikunjungi.

wawancara dengan responden wanita 2

Responden : Dwika simbolon, tanggal 20 agustus 2013

1. **Setelah melihat dan memperhatikan *interior* disini, persepsi atau citra apa yang muncul tentang *House of* Raminten ini ?**
   Raminten eeemm,,, sebuah café yang menggunakan konsep budaya Jawa, klasik tapi tetep enak buat nongkrong, uniklah pokoknya.,
2. **Ceritakan bagaimana citra atau persepsi *House of* raminten itu dapat terbentuk (dari segi *interior* café)?**
   Ya liat aja interiornya dibikin konsep budaya jawa gini, suasana tradisional Jawanya tuh kerasa banget, tapi gak kaya tempat-tempat tradisional yang alakadarnya, tempatnya bersih, nyaman, enaklah pokoknya..
3. **Komponen apa aja dari *interior* café ini, yang menjadi indikator sampai tersimpulkan citra seperti itu?**
   Dari lampunya, trus warnanya, eee terus atribut-atribut disini kaya kereta, gong, sajen, terus pendopo, aromanya juga baunya kaya stanggi-stanggi gitu, duduknya juga lesehan
4. **Perasaan apa yang anda rasakan ketika berada disini?**
   Yaa, aku ngerasa nyaman aja, suasanaya tu tradisional, trus eee musiknya tu bikin tenang, jadi kerasa banget, gitu loh Jogjanya.
5. **Pemikiran apa yang munjul tentang café *House of* Raminten ini, setelah melihat interiornya?**
   Raminten tu café yang enak buat nongkrong, soalnya kita bisa ngerasa tenang, trus interiornya tradisional Jawa gitu, Ya unik lah pokoknya
6. **Menurut anda, interior seperti seperti ini cocok untuk sebuah kafe? kenapa?**
   Eee cocok kok, agak aneh sih, tapi malah bikin cafenya unik, dan tetep bisa bikin kita enjoy disini.
7. **Menurut anda apa yang membuat *interior* kafe ini menarik?**
   Yang membuat interiornya menarik, yaaa karna bener-bener suasana jawanya kerasa, jadi kita bisa ngerasain emang bener-bener di Jogja, gitu.

Wawancara Bayu (HDR House of Raminten)

Tanggal 5 september 2013

Bagaimana awal berdirinya Raminten ?

Jadi gini, dulu awalnya pak hamzah selaku pemilik, beliaukan pensiun dari mirota batik,akhirnya beliau merasa sepi, jadi awanya kan rumah, jadi kita bukan café, biar rumahnya gak sepi, akhirnya beliau membuka depot jamu, kenapa depot jamu, beliau ingin mempopulerkan jamu dikalangan anak muda, trus dibikin jual jamu tapi packaging ala kafe, jadi jamu itu biar dikalangan anak muda itu tidak terkesan menakutkan atau apalah, dibikinnya juga enak makanya tempatnya juga unik. Dulu cuman ada pendopo ini aja, sama meja-meja anak kuliahan gitu, konsepnya dulu hanya depot jamu. Trus seiring berkembangnya waktu banyak customer yang mas ini donk makan-makana,akhirnya kita angkat angkringan, jadi kita angkat yang tradisional karena bapak Hamzah kan orang seniman jadi suka yang tradisional-tradisional.

konsep apa sih yang digunakan ?

Konsepnya awalnya emang kafe tradisional, awalnya itu, konsepnya ini tu konsep kafenya gimana jual pertama kali dulu mungkin jualannya jamu, trus berkembang angkringan, jualannya gak hanya jamu, tapi ada cemilan, trus berkembang lagi ada makan beratnya, makan beratnya seret ni, ada makan masa minumnya jamu, akhirnya kita juga ada minumannya, tapi tetep konsepnya tradisional,

Dulukan dengan yang hanya depot jamu, fokusnya gmana menjual jamu dikalangan anak muda, trus sekarang berubah jadi café dengan *interior* yang seperti ini, apa sih sasaran utamanya?

Targetnya itu adalah menarik wisatawan tinggal lama di Jogjakarta, jadi maksud pak Hamzah itu biar wisatawan itu lebih sering ke Jogja dari pada ke solo, kan kalo orang dari luar kota lebih banyak kesolo dari pada ke jogja, Jogja paling

cuman Maliobro, keraton, sama parang tritis udah itu aja kan, nah jadi biar tempat wisata lebih banyak di Jogja, kemana aja, kemana aja, termasuk salah satunya House of Raminten ini, seperti itu, jadi harus ke Jogja kalo mau ke Raminten, makanya kita gak buka cabang di luar Jogja, trus biar wisatawan itu bisa merasakan budaya Jawa lewat Raminten

Citra apa yang ingin dibentuk dengan interior seperti ini?

"imagenya unik tradisional"

konsep interior apa yang di gunakan setelah menjadi seperti sekarang ini?

eee tradisional moderen, dari tempatnya kita ada kereta kencana, duduk lesehan, tapi kita juga bathtub, ada shower, dari lampunya juga ada lampu kuno, ada lampu moderen, jadi emang perpaduan antara tradisional dan moderen, dari waiters nya mungkin kita tradisionalnya pake jarik, pake kemben, tapi kita juga pake HT, pake rompi,kaya gitu.

apa sih usaha yang dilakukan untuk membentuk citra unik tradisional itu? apa konsep *interior* yang digunakan sekarang salah satunya?

kita jarang beriklan, paling kalo iklan itu kita cuman pasang foto bapak itu di bandara, kalo kita promonya juga paling tradisional, dari mulut kemulut sih, jadi tergantung pengalaman pelanggan ke kita, ya dari makan minumnya, nama menu-menu nya, jadi gak cuman interior aja, kalo masnyakan fokus di interiornya aja kan, kalo dari kita sebenarnya kita gak cuman dari interiornya aja, tapi dari semuanya dari depan sampai belakang, dari atas bawah itu tradisional jawa,

siapa yang menjadi target House of Raminten?

target sasaran kita ya itu tadi, wisatawan, supaya wisatawan bisa betah di jogja, karena banyak tempat wisata, termasuk Raminten salah satunya, café yang menyediakan konsep tradisional moderen, tapi siapapun konsumennya kita tetap harus jaga, jadi yang bukan wisatawan kan juga bisa memberikan refresi sama wisatawan tentang House of Raminten, nah kalo citra kita buruk, pasti wisatawan

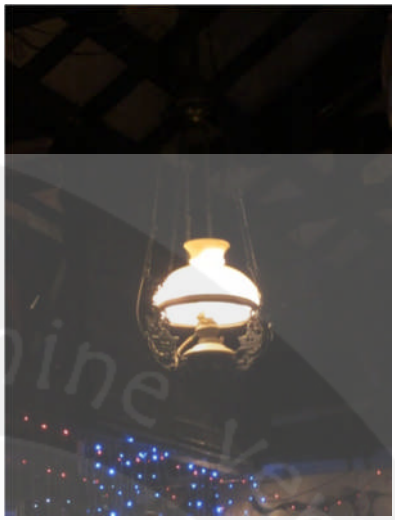
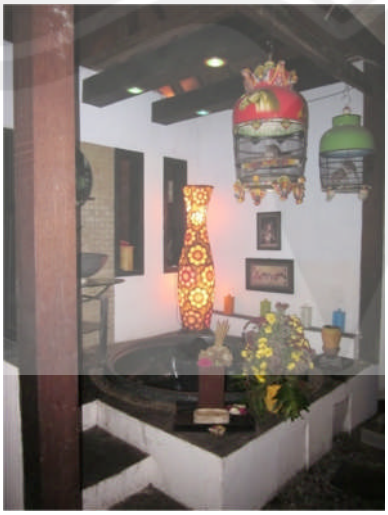
juga berpikiran buruk tentang kita, ya seperti media promosi kita dari mulut ke mulut.

Foto *interior House* of Raminten

Ruang tunggu

***Interior* bagian depan (tempat pengunjung)**

Interior House of Raminten bagian belakang

Perabotan yang menghiasi interior *House of* Raminten

Raminten