

PERFORMANCE STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN CAFE ARNI REJOSO-NGANJUK)

Yesi Ayu Puspita Rini¹, Sri Aliami², Poniran Yudho Leksono³
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Jl. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112
yesiyayu286@gmail.com, srialiami@unpkediri.ac.id, poniranyudho@unpkediri.ac.id

Abstract

The goal of this study was to discover if (1) the ambience of the store, the quality of the service, and the location of Cafe Arni Rejoso-Nganjuk influence purchasing decisions. (2) Customers' purchasing decisions at Cafe Arni Rejoso-Nganjuk are influenced by the store's environment, service quality, and location. This study employs a quantitative approach. This is a method of causal investigation. This study included all visitors to Cafe Arni Rejoso-Nganjuk, with a sample size of 40 people chosen at random. With the help of the SPSS version 23 program, the classic assumption test approach, multiple linear regression analysis, the coefficient of determination test, and hypothesis testing were used in this study. The conclusions of this research show that: (1) The store environment, service quality, and location have a partially significant impact on purchasing decisions at Cafe Arni Rejoso-Nganjuk. (2) The store environment, service quality, and location all have a significant impact on purchase decisions at Cafe Arni Rejoso-Nganjuk.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, Location, Purchasing Decisions

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah (1) lingkungan cafe, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Arni Rejoso-Nganjuk. (2) Di cafe Arni Rejoso-Nganjuk, suasana, kualitas layanan, dan lokasi semuanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Ini adalah metode investigasi kausal. Partisipan dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Cafe Arni dengan sampel acak sebanyak 40 orang. Analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis dengan program SPSS tipe 23 merupakan contoh pendekatan pengujian asumsi tradisional. (1) Di Cafe Arni Rejoso-Nganjuk, suasana cafe, kualitas layanan, dan lokasi secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian, menurut temuan penelitian ini. (2) Di Kafe Arni Rejoso-Nganjuk, suasana, kualitas layanan, dan lokasi semuanya berperan dalam keputusan pembelian pelanggan.

Keywords: Store Atmosphere, Kualitas Layanan, Lokasi, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Kemajuan bisnis era milenial menjadi semakin bervariasi. *Cafe* adalah salah satu bisnis yang sekarang menguntungkan Arianto (2020). *Cafe* saat ini sangat diminati di Indonesia, terutama di kalangan anak muda. Seiring dengan perkembangannya, kini *cafe* tidak hanya menawarkan kopi tetapi juga minuman lain dan berbagai jajanan atau snack. *Cafe* ini tidak cuma menjual santapan serta minuman, namun pula lingkungan, desain, dan kualitas layanan. Konsumen mungkin tertarik untuk mengunjungi toko jika *cafe* didesain dengan baik dan memiliki suasana santai. Seperti pendapat Tansala *et al.*, (2019), membangun lingkungan yang menyenangkan menambah nilai produk yang dipasok dan dapat menjadi metode alternatif yang efektif untuk bersaing.

Menurut Tjiptono (2019: 55), Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen memutuskan apakah hendak membeli serta memakai sesuatu produk maupun jasa ataupun tidak. Menurut Kotler & Keller (2016:159), Pengaruh budaya, aspek sosial, aspek individu, serta permasalahan psikologis seluruhnya mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil riset (Arianto, 2020), menampilkan kalau lingkungan *cafe*, mutu layanan, serta letak bisnis memiliki dampak besar pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian di *cafe* Arni

sekarang mungkin dipengaruhi oleh berbagai elemen, termasuk lingkungan cafe, kualitas layanan, dan bahkan lokasi yang menarik pelanggan untuk membeli, serta pertimbangan lainnya.

Menurut Utami (2013:238), Perancangan area lewat komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, serta aroma buat merancang reaksi emosional serta anggapan konsumen, serta mendorong orang buat membeli barang, dikenal sebagai suasana cafe.. Hasil penelitian Tansala *et al.*, (2019), menunjukkan bahwa lingkungan cafe memiliki pengaruh yang menguntungkan serta signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen mungkin lebih tertarik buat mendatangi serta melakukan pembelian bila toko menawarkan suasana yang menyenangkan. Namun jika dilihat dari tata letak toko, dimana penataan meja dan kursi tidak rapi serta tampilan produk makanan dan minuman yang dijual tidak tertata, suasana ritel cafe Arni tidak begitu menarik.

Lewis dan Boom dalam Tjiptono (2012: 157), Tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, dan kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik layanan tersebut memenuhi harapan tersebut.. Hasil penelitian Arianto (2020), menampilkan kalau mutu pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen akan terpengaruh untuk melakukan keputusan pembelian bahkan membeli kembali jika kualitas pelayanan memenuhi harapannya. Pelayanan arni cafe tidak memenuhi harapan pelanggan dari segi kualitas. Ketika jumlah pengunjung banyak dan kebersihan dan kerapian kurang, karyawan bekerja dengan jam kerja yang terlalu panjang. Personil cafe Arni tidak menanggapi kekhawatiran pelanggan.

Menurut Tjiptono (2019: 363), Istilah "lokasi" mengacu pada berbagai operasi pemasaran yang ditujukan untuk mempercepat dan menyederhanakan pengiriman atau distribusi produk dan layanan dari produsen ke pelanggan. Hasil penelitian Wulandari (2021), menampilkan kalau letak usaha mempunyai pengaruh yang menguntungkan serta signifikan pada keputusan pembelian Konsumen akan dipengaruhi untuk membuat keputusan pembelian oleh cafe yang berada pada posisi strategis atau mudah dijangkau. Pengaturan cafe Arni sangat ideal, tetapi karena terletak di pedesaan, hanya sedikit orang yang menyadarinya.

Berdasarkan konteks di atas, penulis mengambil judul penelitian "*Performance Store Atmosphere, KualitasLayanan, and Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Arni Rejoso Kabupaten Nganjuk*" untuk menyelidiki fakta tersebut. Tujuan dari riset ini merupakan buat melihat apakah (1) store atmosphere berpengaruh besar terhadap keputusan berbelanja di Cafe Arni Rejoso Kabupaten Nganjuk. (2) Di Cafe Arni Rejoso Kabupaten Nganjuk, kualitas layanan sebagian didasarkan pada pilihan pembelian. (3) Di Cafe Arni Rejoso Kabupaten Nganjuk, lokasi mempengaruhi beberapa pilihan pembelian. (4) Di Cafe Arni Rejoso, Kabupaten Nganjuk, keputusan pembelian dipengaruhi dengan store atmosphere, kualitas layanan, serta lokasi secara bersamaan.

METODE

Metode riset yang digunakan ialah metode kuantitatif yang menggunakan metodologi riset kausal. Penelitian ini mengambil tempat di Arni Cafe yang terletak di Jalan Nganjuk-Gondang No. 18 Ngangkatan Kabupaten Nganjuk. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung Cafe Arni Rejoso-Nganjuk yang jumlahnya tidak terbatas, dan sampel sebanyak 40 responden dipilih secara kebetulan. Metode pengumpulan informasi riset ini merupakan kuesioner (angket) yang sebelumnya telah melalui penilaian validitas dan reliabilitas. Dengan dukungan software SPSS for Windows type 23, metode analisis data yang dipergunakan adalah linier berganda yang memenuhi uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis secara partial dan uji F secara simultan.

HASIL RISET PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan hasil riset regresi linier berganda dengan program SPSS for Windows type 23:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda bisa dilihat pada tabel 1. :

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.893	6.240		-.624	.537		
STORE ATMOSPHERE	.559	.143	.456	3.904	.000	.841	1.190
KUALITAS LAYANAN	.252	.109	.267	2.306	.027	.855	1.170
LOKASI	.349	.141	.297	2.482	.018	.802	1.247

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah tahun 2021

Berlandaskan tabel 1. bisa diketahui bahwa persamaan regresi linier berganda :

$$Y = -3,893 + 0,559.x_1 + 0,252.x_2 + 0,349.x_3 + e$$

Dari persamaan tersebut bisa dipaparkan menjadi :

1. Nilai (a) berbilang -3.893 merupakan konstanta atau situasi dimana variabel lain seperti store atmosphere, kualitas pelayanan, serta lokasi tidak mempengaruhi variabel keputusan pembelian . Variabel keputusan pembelian tidak berubah jika variabel independen tidak ada.
2. Nilai b_1 berbilang 0,559 mengungkapkan kalau variabel suasana cafe (X1) mempengaruhi keputusan pembelian secara menguntungkan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika lingkungan ritel diperbaiki, kemungkinan melakukan pembelian meningkat sebesar 0,559 (55,9 %).
3. Nilai b_2 berbilang 0,252 mengungkapkan kalau kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi positif terhadap keputusan pembelian (Y). Perihal ini menunjukkan kalau kualitas pelayanan bertambah sehingga keputusan pembelian hendak bertambah sebesar 0,252 (25,2 %).
4. Hasil b_3 (nilai koefisien regresi x_3) adalah 0,349 yang menunjukkan lokasi (X3) mempengaruhi positif terhadap keputusan pembelian (Y). Perihal ini menunjukkan kalau peningkatan lokasi bisa meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,349 (34,9 %).
5. Tingkat kesalahan ditunjukkan oleh kesalahan standar (e).

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bisa dilihat pada tabel 2. :

Tabel 2. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 ^a	.588	.553	3.003	1.962

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Berlandaskan tabel 2. nilai Adjusted R Square (R^2) adalah 0,553 membuktikan kalau store atmosphere variabel independen itu penting. Kualitas pelayanan dan lokasi dapat menjelaskan 55,3% variasi variabel dependen (keputusan pembelian), mengungkapkan peran variabel independen dalam menerangkan alterasi variabel dependen terbatas, serta 44,7% dipaparkan oleh variabel yang tidak diteliti dalam riset ini.

3. Uji Hipotesis

a. Uji-t (Parsial)

Uji-t (parsial) bisa dilihat pada tabel 3. :

Tabel 3. Uji-t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.893	6.240		-.624	.537		
STORE ATMOSPHERE	.559	.143	.456	3.904	.000	.841	1.190
KUALITAS LAYANAN	.252	.109	.267	2.306	.027	.855	1.170
LOKASI	.349	.141	.297	2.482	.018	.802	1.247

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Bersumber pada tabel 3. mengungkapkan :

1. Ketika t hitung (3,904) \geq tabel (2,028) serta nilai sig. (0,000) $<$ 5%, suasana *cafe* memiliki dampak yang cukup besar terhadap keputusan pembelian.
2. Ketika t hitung (2,306) \geq tabel (2,028) serta nilai sig. (0,027) $<$ 5%, kualitas layanan memiliki dampak yang cukup besar terhadap keputusan pembelian.
3. Jika t hitung (2,482) \geq tabel (2,028) serta nilai sig. (0,018) $<$ 5%, lokasi memiliki dampak yang cukup besar terhadap keputusan pembelian.

b. Uji F (Simultan)

Uji F(simultan) bisa dilihat pada tabel 4. :

Tabel 4. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	462.880	3	154.293	17.106	.000 ^b
	Residual	324.720	36	9.020		
	Total	787.600	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Store Atmosphere, Kualitas Layanan, Lokasi

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Berlandaskan tabel 4. menunjukkan bahwa nilai F estimasi (17.106) $>$ F tabel (2.87) serta nilai sig. (0,000) $>$ 5% menunjukkan bahwa store atmosphere, service quality, dan location berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Tujuan dari riset ini merupakan buat melihat apakah variabel store environment, service quality, dan location berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Arni Rejoso-Nganjuk. Dari desain permasalahan studi yang disarankan hingga analisis data sampai diskusi yg dijelaskan dalam bab awalnya. Sehingga bisa disimpulkan, (1) lingkungan *cafe*, mutu pelayanan, serta location mempengaruhi signifikan secara partial terhadap keputusan pembelian. (2) Lingkungan *cafe*, kualitas layanan, dan lokasi semuanya memiliki dampak besar pada keputusan pembelian pada saat bersamaan.

DAFTAR RUJUKAN

Arianto, D. P. H. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(5).

- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Meningkatkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andy Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Utami, C. W. (2013). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wulandari, E. E. P. (2021). Pengaruh lokasi, inovasi produk, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian pada eleven cafe di kota bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)* e-ISSN 2721-5415, 2(1), 74–86.