

Keputusan Pembelian Ditinjau dari *Store Atmosphere*, Variasi Produk, dan Fasilitas Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta

Arthamevia Farah Damayanti¹, Sudarwati², Istiqomah³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Batik Surakarta

arthamevia27fd@gmail.com¹, sudarwatiuniba@gmail.com², istiqomah.uniba@gmail.com³

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of store atmosphere variables, product variations, and facilities on purchasing decisions at Kedai Kopi Cold 'N Brew Wahidin Surakarta. This type of research uses a quantitative descriptive approach, data collection techniques using observation, questionnaires, and literature studies. The research sample used accidental sampling technique as many as 100 respondents with an infinite population. The research method uses multiple linear regression with data analysis techniques using validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression hypothesis testing, f test, t test and determination test. With SPSS analysis tool version 25. The results in this study indicate that the Store Atmosphere, Product Variations, and Facilities have a simultaneous effect on Purchase Decisions and the Store Atmosphere, Product Variations, and Facilities have a positive and significant effect on Purchase Decisions, respectively.

Keywords: *Purchase Decision, Store Atmosphere, Product Variation, and Facilities*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *store atmosphere*, variasi produk, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Sampel penelitian menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 100 responden dengan populasi tidak terhingga. Metode penelitian menggunakan metode regresi linier berganda dengan teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis regresi linier berganda, uji f, uji t dan uji determinasi. Dengan alat analisis SPSS versi 25. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Store Atmosphere*, Variasi Produk, dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian dan variabel *Store Atmosphere*, Variasi Produk, dan Fasilitas masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Keputusan Pembelian, Store Atmosphere, Variasi Produk, dan Fasilitas*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, coffee shop biasa disebut warung kopi atau kedai kopi. Coffee shop mulai hadir di tengah-tengah kita, mulai dari pelosok desa, hingga di pusat perkotaan. Keberadaan coffee shop seolah sudah menjamur dan dapat ditemui dimana-mana dengan berbagai konsep seperti bergaya rumahan, bergaya klasik hingga bergaya modern. Makanan dan minuman yang ditawarkan pun beragam dari mulai aneka dessert, makanan ringan, makanan utama dan tentu saja berbagai macam olahan minuman yang sebagian besar berbahan dasar kopi. Oleh karena itu, untuk dapat berjaya di rumah sendiri, Indonesia harus memiliki strategi pengembangan yang lebih fokus pada industri hilir seperti membangun merek, citra, dan positioning. Semakin menjamurnya kedai kopi multinasional dewasa ini maka perusahaan nasional dituntut untuk mampu menghadapi persaingan tersebut. Salah satu strategi perusahaan dalam menarik minat beli konsumen agar terjadi sebuah keputusan pembelian adalah dengan membuat atribut kedai kopi yang menarik.

Keputusan pembelian merupakan bagian mendasar dari perilaku konsumen yang mengarah pada pembelian barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya (Ginting & Sembiring 2018). Keputusan pembelian adalah sebuah sikap yang diambil oleh seorang konsumen setelah melalui serangkaian proses pengintegrasian dan pengevaluasian berbagai alternatif dalam rangka menetapkan pilihan yang tepat terhadap hal-hal yang menjadi kebutuhannya (Purnomo 2017). Keputusan pembelian tidak terjadi dengan begitu saja. Konsumen biasanya harus melalui serangkaian tahapan dalam menentukan keputusan pembeliannya.

Ada banyak hal yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian diantaranya adalah *store atmosphere*, variasi produk dan fasilitas. Penciptaan suasana toko yang nyaman dan didukung dengan desain toko yang unik serta memiliki produk yang berkualitas merupakan daya tarik bagi para pelanggan yang pada akhirnya membuat keputusan pembelian. Hal ini bisa menjadi pemicu bagi para pemilik toko untuk membuat sesuatu yang unik sebagai pembeda antara toko yang satu dengan yang lainnya sehingga para pengusaha akan selalu berusaha menghasilkan produk berkualitas dan berbeda dengan toko lainnya untuk menarik konsumen (Yulinda *et al.* 2021).

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah variasi produk. Variasi produk yang disediakan

pada cafe atau resto yang lengkap bagi konsumen tentu akan memudahkan konsumen sehingga akan memicu terjadinya pembelian ulang pada konsumen tersebut. Konsep produk total meliputi barang (dalam hal ini rasa), kemasan, merek, label, variasi, dan pelayanan. "Hal atau keadaan beraneka ragam". Setiap konsumen memiliki selera makan yang tidak selalu sama (Maharani 2021). Jika restoran menyediakan menu yang beraneka ragam, akan lebih memudahkan restoran untuk menarik konsumen agar bersantap ditempatnya. Karena semakin banyaknya pilihan yang disediakan restoran, maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu sesuai keinginannya sehingga akan memicu terjadinya sebuah keputusan pembelian.

Fasilitas yang diberikan sebuah coffee shop atau cafe dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen, salah satu alasan mengapa konsumen memilih coffee shop atau cafe tersebut karena mereka berpendapat bahwa dari suasana cafe dan fasilitas yang dipilih paling baik diantara yang ada. Fasilitas juga bisa disebut kualitas layanan tambahan dari kualitas inti dari suatu coffee shop (Sudarwati *et al.* 2017). Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi, fasilitas yang memadai tentunya akan menunjang kegiatan konsumen dan dapat memenuhi kebutuhan customer pasti akan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih cafe & resto ini (Marantina *et al.* 2017).

Cold 'n Brew berasal dari jenis minuman kopi dengan metode penyeduhan menggunakan air dingin disebut *Cold Brew*. Sebuah Coffee Shop yang terletak di kota Solo ini sudah berdiri sejak tahun 2016. Kopi yang terdapat pada cafe ini dibuat dengan bahan baku premium, racikan yang pas dan pengolahan menggunakan mesin berstandar Internasional. Di awal pandemi omset kedai sangat menurun drastis hingga 30-40 persen. Tetapi pemilik kedai kopi *cold 'n brew* ini mampu membuat strategi baru untuk menaikkan omsetnya lagi dan hingga saat ini kedai kopi *cold 'n brew* ini mempunyai cabang yang tidak hanya di sekitar kota Surakarta saja tetapi sampai di kota Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Keputusan Pembelian Ditinjau Dari *Store Atmosphere*, Variasi Produk, Dan Fasilitas Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta". Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, variasi produk, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung ke Kedai Kopi Cold 'N Brew Wahidin Surakarta yang jumlahnya tidak terhingga (*unknown populations*).

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *unknown populations*, diperoleh sampel sejumlah 100 pelanggan. Penelitian ini memakai teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono 2019:138).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil perhitungan uji non-parametrik Kolmogorov Smirnov (KS) diperoleh nilai *Asymp. Sign (2-tailed)* sebesar 0,097 atau lebih dari 0,05. Hal itu menunjukkan bahwa residual dari persamaan regresi ini terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil perhitungan uji multikolinieritas di dapatkan nilai tolerance variabel *store atmosphere* 0,572, variabel variasi produk 0,519, dan variabel fasilitas 0,534 yang seluruhnya (0,572, 0,519 dan 0,534 > 0,10) dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) variabel *store atmosphere* 1,748, variabel variasi produk 1,925 dan variabel fasilitas 1,874 yang seluruhnya (1,748, 1,925 dan 1,874 < 10,00), maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinieritas dalam penelitian ini, sehingga dapat memenuhi persyaratan uji regresi.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil test uji heterokedastisitas telah didapatkan nilai signifikan dari variabel *store atmosphere* 0,052, variabel variasi produk 0,303 dan variabel fasilitas 0,017 maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa tidak

ada tanda-tanda dipers heterogen dalam penelitian ini, karena semua variabel tersebut memiliki nilai signifikan > 0,05.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien B
Constant	0,671
Store Atmosphere	0,204
Variasi Produk	0,435
Fasilitas	0,351

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji tersebut, peneliti memperoleh persamaan uji regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,671 + 0,204 X_1 + 0,435 X_2 + 0,1351 X_3$$

Keterangan:

- Nilai kostanta sebesar 0,671, berarti variabel independen yaitu *store atmosphere* (X_1), variasi produk (X_2) dan fasilitas (X_3) nilainya 0, maka keputusan pembelian (Y) akan berada pada angka 0,671.
- Variabel *store atmosphere* dari perhitungan regresi linier berganda bernilai = 0,204. Hal ini berarti setiap ada peningkatan *store atmosphere*, dengan asumsi lain tetap maka keputusan pembelian akan meningkat (0,204).
- Variabel variasi produk dari perhitungan regresi linier berganda bernilai = 0,435. Hal ini berarti setiap ada peningkatan variasi produk, dengan asumsi lain tetap maka keputusan pembelian akan meningkat (0,435).
- Variabel fasilitas dari perhitungan regresi linier berganda bernilai = 0,351. Hal ini berarti setiap ada peningkatan fasilitas, dengan asumsi lain tetap maka keputusan pembelian akan meningkat (0,351).

Uji F

Tabel 2
Hasil Uji F

Model	F _{hitung}	Sig.
1	53,707	0,000

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Pada tabel dan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($53,707 > 2,70$) dan nilai sig, uji F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 berarti H_0 ditolak, berarti *store atmosphere*, variasi produk,

dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta.

Uji t

Tabel 3
Hasil Uji t

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	sig.
(Constant)	0,417	1,986	0,678
Store Atmosphere	2,095	1,986	0,039
Variasi Produk	4,773	1,986	0,000
Fasilitas	3,804	1,986	0,000

Sumber : Data Primer diolah 2022

Berdasarkan pada tabel dan perhitungan yang telah peneliti lakukan diatas, didapatkan beberapa hasil uji sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan SPSS dapat diketahui bahwa store atmosphere memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,095 > 1,985$ dan sign sebesar 0,039 lebih kecil dari 0,05. Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta.
2. Berdasarkan perhitungan SPSS dapat diketahui bahwa variasi produk memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,773 > 1,985$ dan sign sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta.
3. Berdasarkan perhitungan SPSS dapat diketahui bahwa fasilitas memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,804 > 1,985$ dan sign sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi *Cold'N Brew* Wahidin Surakarta.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi R²
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,792 ^a	,627	,615	1,747

a. Predictors: (Constant), X3 = Fasilitas, X1 = Store Atmosphere, X2 = Variasi Produk

b. Dependent Variable: Y = Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R square (R²)* dalam penelitian ini sebesar 0,615. Sehingga diartikan bahwa variabel independen yang terdiri dari *store atmosphere (X₁)*, variasi produk (*X₂*) dan fasilitas (*X₃*) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian di Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta sebesar 6,15% sedangkan sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar dari variabel penelitian atau variabel yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah peneliti sebutkan diatas, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis variabel *store atmosphere*, variasi produk dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta. Ditunjukkan dengan hasil $F_{hitung} > 2,70$ dan $sign. < 0,05$.
2. Hasil pengujian hipotesis variabel *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta. Ditunjukkan dengan hasil $t_{hitung} > 1,985$ dan $sign. < 0,05$.
3. Hasil pengujian hipotesis variabel variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta. Ditunjukkan dengan hasil $t_{hitung} > 1,985$ dan $sign. < 0,05$.
4. Hasil pengujian hipotesis variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kedai Kopi *Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta. Ditunjukkan dengan hasil $t_{hitung} > 1,985$ dan $sign. < 0,05$.

SARAN

Kedai Kopi *Cold 'N Brew* sebaiknya tetap mempertahankan *store atmosphere* yang sudah baik di kalangan masyarakat, selalu menciptakan inovasi baik dari segi produk maupun kemasan serta selalu bisa membaca peluang mengenai masalah apa yang dihadapi pelanggan, dan konsisten dalam menjaga reputasi yang baik dalam kalangan masyarakat serta selalu konsisten dalam memberikan kualitas produk yang terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, Mareta, and Hendri Sembiring. 2018. "The Effect of Product Innovation , Product Quality And City Image on Purchase Decision of Uis Karo Woven Fabric." *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)* 46(Ebic 2017):593-98.
- Maharani, Nesa Dya. 2021. "Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Pada Economie Resto Merr Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 10(3).
- Marantina, Marinda, Rahayu Triastity, and Suprihatmi Sri Wardiningsih. 2017. "Analisis Pengaruh Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 17(4):573-80.
- Purnomo, Albert Kurniawan. 2017. "Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe." *Jurnal Manajemen Maranatha* 16:133-44.
- Sudarwati, Eny Kustiyah, and Fikri Tsani Tsani. 2017. "Pengaruh Lokasi , Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Satwa Taru Jurug Solo." *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* 4(2):238-49.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yulinda, Ade Tiara, Erwin Febriansyah, and Fenti Sukma Riani. 2021. "Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee Kota Bengkulu." *Journal Ekombis Review* 9(1):1-14.