

# **Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Aola Paciran Lamongan**

**Marsella Agustin<sup>1</sup>, IGN. Anom Maruta<sup>2</sup>, Agung Pudjianto<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[marsellaAgustin95@gmail.com](mailto:marsellaAgustin95@gmail.com)<sup>1</sup>, [anommaruta@untag-sby.ac.id](mailto:anommaruta@untag-sby.ac.id)<sup>2</sup>, [agung@Untag-sby.ac.id](mailto:agung@Untag-sby.ac.id)<sup>3</sup>

## **Abstract**

*Now, business competition is getting tougher, especially in the food and beverage sector. Businessmen are required to always be sensitive to changes that occur in the market and must be able to create ideas by making different things, paying attention to consumer needs. One of them is Cafe Aola which is one of the considerations for purchasing decisions. Taking into account the factors of the atmosphere of the place, which is not only strategic but also comfortable, unique and has something different. The formulation of the problem in this study is whether there is an influence of store atmosphere, price and product diversity on purchasing decisions at Cafe Aola. The analytical method used in this research is multiple regression analysis, validity and reliability test, classical assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and hypothesis testing consisting of t test, f test with the help of the IBM SPSS version 20 program. for windows. The results of this study indicate that the store atmosphere variable has a positive and significant effect on the purchasing decision variables of Cafe Aola, the price variable has a positive and significant effect on the purchasing decision variables at Cafe Aola, the product diversity variable has a positive and significant effect on the purchasing decision variables at Cafe Aola.*

**Keywords:** *Store Atmosphere, Price, Product Diversity and Purchase Decision*

## **Abstrak**

Kini, persaingan bisnis semakin ketat khususnya bisnis bidang makanan dan minuman. Pembisnis dituntut harus selalu peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar dan harus mampu menciptakan ide-ide dengan membuat sesuatu hal yang berbeda, memperhatikan kebutuhan konsumen. Salah satunya Cafe Aola yang menjadi salah satu pertimbangan keputusan pembelian. Dengan mempertimbangkan faktor suasana tempat, yang tidak hanya strategis namun juga nyaman, unik dan memiliki hal yang berbeda. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh *store atmosphere*, harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Cafe Aola. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regresi berganda, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta pengujian hipotesis yang terdiri dari uji t, uji f dengan bantuan program IBM SPSS versi 20 for window. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian Cafe Aola, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada Cafe Aola, variabel keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada Cafe Aola.

**Kata kunci:** *Store Atmosphere, Harga, Keragaman Produk dan Keputusan Pembelian*

## **Pendahuluan**

Perkembangan bisnis dibidang dagang khususnya bisnis kafe di Indonesia terus bertumbuh setiap tahunnya, dimana peluang bisnis ini bisa didapat melalui pengamatan fenomena sosial yang terjadi dimasyarakat, salah satu fenomena yang terjadi adalah kesibukan masyarakat mulai dari belajar sampai bekerja yang menyebabkan efek stres, dengan demikian

mereka memerlukan sebuah ruangan alternatif untuk rehat sejenak dari segala aktifitas yang sangat padat. Cafe yang menjadi salah satu representasi dari third place saat ini tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk minum kopi saja, namun juga untuk para pengunjung bersantai, mengerjakan tugas, meeting dan hangout. Apalagi untuk baru tersebut agar tidak ketinggalan kepopulerannya. Tidak terkecuali cafe yang berada didesa Paciran Kabupaten Lamongan yaitu Cafe Aola Paciran Lamongan. Agar dapat memenangkan persaingan yang cukup ketat di desa Paciran pembisnis dituntut harus selalu peka terhadap perubahan yang terjadi pada pasar dan harus mampu menciptakan ide-ide dengan membuat sesuatu hal yang berdeda dan kebutuhan konsumen.

*Store Atmosphere* yang diciptakan cafe Aola cukup unik, dengan keunikannya yang menawarkan banyak keseruan di dalamnya pengunjung bisa bergaya ala borjouis hanya dengan kantong tipis dan *view* pantainya bersih dan desain cafe yang modern. Pengunjung yang datang ke Aola akan dimanjakan dengan berbagai fasilitas yang ada. Selain dari *store atmosphere* yaitu dari segi harga pada menu yang ditawarkan, harga yang ditawarkan cafe Aola juga sangat bervariasi mulai dari harga terendah Rp. 5000 Sampai Rp. 2000 sehingga pengunjung bisa menikmati produk yang tersedia di Cafe Aola Paciran Lamongan. Cafe Aola juga menyajikan beragam produk sebagaimana produk yang ditawarkan di cafe lain. Jika cafe yang lain menawarkan minuman dan makanan ringannya seperti kentang, sosis, roti bakar dll. Sementara cafe Aola menawarkan minuman, makanan ringan hingga makanan utama. Mulai dari aneka bakso hingga spaghetti. Aola juga menyediakan berbagai makanan ringannya. Mulai dari sempol ayam hingga ketan durian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mencoba melihat adakah keterlibatan *Store Atmosphere*, Harga dan Keragaman Produk dalam penelitian berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Aola Paciran Lamongan”.

## **Metode Penelitian**

### **Rancangan penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2017) Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang mempunyai hubungan sebab akibat terhadap variabel lainnya. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yaitu proses pengolahan informasi melalui analisis data dalam bentuk angka atau perhitungan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Supaya memperoleh sebuah data yang akurat, maka akan dilakukan pengumpulan data yaitu dengan kuesioner.

### **Teknik Analisis Data**

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan Software melalui program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS 20). Selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan : Uji instrumen yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Determinasi R<sup>2</sup>, Uji Hipotesis yaitu Uji t dan Uji f

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,940	1,558		-1,887	,062
Store Atmosphere	,205	,063	,290	3,234	,002
Harga	,264	,096	,309	2,748	,007
Keragaman Produk	,351	,134	,288	2,620	,010

Dari Hasil diatas menunjukkan hasil koefisien regresi. Nilai persamaan yang dipakai adalah yang ada pada kolom b koefisien. Standart persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -2,940 + 0,205X_1 + 0,264X_2 + 0,351X_3$$

Berdasarkan hasil regresi diatas maka dapat disimpulkan :

1. Koefisien konstanta bernilai negatif
2. Koefisien *store atmosphere* bernilai positif
3. Koefisien harga bernilai positif
4. Koefisien keragaman produk bernilai positif

#### Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,802 <sup>a</sup>	,642	,631	1,41717	1,915

Berdasarkan output diatas diperoleh hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,642 atau 64,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel bebas yaitu *Store Atmosphere* (X<sub>1</sub>) Harga (X<sub>2</sub>) dan Keragaman Produk (X<sub>3</sub>) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y) Pada Aola Cafe Paciran Lamongan sebesar 64,2%. Sedangkan sisanya 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

#### Uji Hipotesis

##### 1. Uji Parsial (Uji t)

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,940	1,558		-1,887	,062
Store Atmosphere	,205	,063	,290	3,234	,002
Harga	,264	,096	,309	2,748	,007
Keragaman Produk	,351	,134	,288	2,620	,010

Berdasarkan tabel diatas, dapat diinterpretasikan bahwa :

##### a. Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil nilai uji t hitung diperoleh sebesar 3,234 dimana t hitung > t tabel (3,234 > 1,661) dengan tingkat signifikan (0,02 < 0,05), maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Aola Paciran Lamongan

##### b. Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil nilai uji t hitung diperoleh sebesar 2,748 dimana t hitung > t tabel (2,748 > 1,661) dengan tingkat signifikan (0,07 < 0,05), maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub>

diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Aola Paciran Lamongan

**c. Hipotesis Ketiga**

Berdasarkan hasil nilai uji t hitung diperoleh sebesar 2,620 dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,620 > 1,661$ ) dengan tingkat signifikan ( $0,10 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Aola Paciran Lamongan.

**2. Uji Simultan (Uji F)**

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	331,971	3	110,657	55,098	,000 <sup>b</sup>
Residual	184,769	92	2,008		
Total	516,740	95			

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat diinterpretasikan :

Nilai F hitung sebesar  $55,098 > F_{tabel} 2,70$  dan signifikan 0,000. Jadi  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Keragaman Produk secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Aola Paciran Lamongan.

**Pembahasan**

**A. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Aola karena hasil analisis uji t hitung lebih besar dari t tabel dengan didukung nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan demikian dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Cafe Aola Paciran Lamongan.

**B. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Selanjutnya dari variabel harga terhadap keputusan pembelian hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Aola karena hasil analisis uji t menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan didukung nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, ini artinya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan demikian dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Aola Paciran Lamongan.

**C. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari hasil analisis statistik terbukti bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung dan diperkuat hasil uji t dimana tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan t hitung lebih besar dari t tabel. Ini membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan demikian pernyataan yang menyatakan “Ada pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Cafe Aola Paciran Lamongan” diterima.

**D. Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Dari hasil uji serempak dari variabel bebas 3 sekaligus terhadap variabel terikat terbukti bahwa dimana nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Store Atmosphere*, Harga dan Keragaman Produk bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Aola Paciran Lamongan.

## Penutup

### Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Aola Paciran Lamongan, dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. *Store Atmosphere* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Aola. Indikator variabel *Store Atmosphere* yang memiliki nilai tertinggi menurut responden terletak pada indikator exterior dengan pernyataan “Desain Cafe Aola Paciran Lamongan terlihat menarik dengan nuansa pinggir pantai “. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa *store atmosphere* cafe Aola perlu mempertahankan desain bangunan menarik sesuai dengan nuansa pantai disisi lain perusahaan perlu meningkatkan agar tanda petunjuk lokasi ruangan seperti mushola dan toilet pada Cafe Aola terlihat jelas.
2. Harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Aola. Indikator variabel harga yang memiliki nilai tertinggi menurut responden terletak pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan pernyataan “ harga yang ditetapkan oleh Cafe Aola Paciran Lamongan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan”. Pada harga perlu mempertahankan agar harga yang ditetapkan cafe Aola sesuai dengan kualitas makanan yang diberikan dan menurut konsumen perlu ditingkatkan bagaimana perusahaan membangun persepsi sebuah harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan , karena manfaat yang dirasakan konsumen belum sebanding dengan harga yang dibayar .
3. Keragaman Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Aola. Indikator variabel keragaman produk yang memiliki nilai tertinggi menurut responden terletak pada indikator kelengkapan produk dengan pernyataan " Produk yang ditawarkan di cafe Aola Paciran Lamongan beragam". pada keragaman produk perlu mempertahankan produk yang ditawarkan di cafe Aola Paciran Lamongan beragam dan perusahaan perlu meningkatkan agar kemasan pada produk yang ditawarkan pada Cafe Aola menggunakan bahan ramah lingkungan .
4. *Store Atmosphere*, Harga dan keragaman produk secara simultan (bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Aola Paciran Lamongan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika *Store Atmosphere*, Harga dan keragaman produk ditingkatkan maka keputusan pembelian juga akan meningkat.

### Daftar Pustaka

Arifianto, Eko., (2018). “*Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ahmad Yani Padang*”. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumbar. Padang.

Hidayatullah, A Thoriq., (2021). Aola Lamongan Kafe Yang Viral Dan Mencuri Banyak Perhatian. Lamongan : BeritaJatim.Com.

Putro, Arif Romadhon., (2016). “*Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Cafe Kolong Jember)*”. Skripsi. Program Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta..