

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Tempat terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Kopi Panggang Kota Gresik

Dania Firda Meilia¹, Agung Pudjianto², Ayun Maduwinarti³

^{1,2,3}Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

dfirdameilia@gmail.com¹, agung@Untag-sby.ac.id², ayunmaduwinarti@untag-sby.ac.id³

Abstract

Coffee Roast Cafe is an individual business engaged in the food and beverage sector. From the results of interviews to describe the current business processes. Furthermore, designing the data using quantitative methods. Problems that are often faced by roasted coffee cafe businessmen are not conducting surveys, unattractive menu lists, unfriendly service, unclear cafe identities, less attention to marketing strategies, and unattractive types of packaging. The method used is the type and research design, population and sample, measurement scale and research instruments, types and sources of data. Findings in field data collection through the distribution of questionnaires. The conclusion is from the results of distributing questionnaires, taking a sample of 100 consumer respondents and filling more dominantly to women, and the results of statistical analysis of partial brand image tests have no significant effect on purchasing decisions, product quality and place design have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, product quality, place design, purchasing decisions.

Abstrak

Kafe Kopi Panggang merupakan usaha perseorangan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Dari hasil wawancara untuk menggambarkan proses bisnis yang berjalan saat ini. Selanjutnya merancang data dengan menggunakan metode kuantitatif. Masalah yang sering dihadapi oleh pebisnis kafe kopi panggang adalah Tidak melakukan survey, daftar menu kurang menarik, pelayanan kurang ramah, identitas kafe kurang jelas, kurang memperhatikan strategi pemasaran, jenis kemasan kurang menarik. Metode yang digunakan yaitu jenis dan rancangan penelitian, populasi dan sample, skala pengukuran dan instrumen penelitian, jenis dan sumber data. Temuan dalam pengumpulan data lapangan melalui penyebaran kuesioner. Kesimpulan adalah Dari hasil penyebaran kuesioner engambil sampel sebanyak 100 responden konsumen dan pengesian lebih dominan ke Wanita, dan hasil analisis statistik uji parsial citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk dan desain tempat berpengaruh secara signifiakn terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, desain tempat, keputusan pembelian.

Pendahuluan

Latar Belakang Umum

Di zaman yang semakin modern ini, persaingan di bidang ekonomi menjadi semakin ketat, terutama di dalam persaingan suatu bisnis. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta gaya hidup masyarakat juga mempengaruhi dunia bisnis di mana hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk memiliki kepekaan terhadap kondisi perubahan yang terjadi serta bertahan dari kondisi persaingan yang ada. Salah satu cara yang tepat untuk bertahan dari persaingan yang semakin ketat saat ini adalah dengan cara mempertahankan pelanggan dan membuat pelanggan menjadi loyal pada produk kita di samping menambah pelanggan baru, pelanggan merupakan aset penting bagi pebisnis karena kelangsungan hidup suatu usaha bergantung pada pelanggan yang loyalitas terhadap produk Kafe Kopi Panggang

Banyak pelaku bisnis yang semakin kreatif dalam menjalankan bisnisnya agar mampu bersaing di pasaran. Dengan adanya persaingan tersebut pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan bisnisnya. Untuk dapat menarik minat beli konsumen pelaku bisnis harus berusaha untuk meningkatkan kekreatifan dan menginovasi produk supaya lebih menarik dengan diimbangi harga jual yang sesuai, serta dapat menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kajian Literatur

- Kajian teori

Landasan teori merupakan pendekatan teori yang digunakan peneliti untuk menjelaskan persoalan penelitian. Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan tentang Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Tempat dan Keputusan Pembelian yang akan dijelaskan dibawah ini sebagai berikut.

A. Pengertian Citra Merek

Pengertian Citra Merek

Menurut Kotler dan Keller (2008:51) citra merek merupakan persepsi konsumen yaitu merek adalah refleksi dari asosiasi merek yang ada dalam pikiran konsumen.

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Pengertian Desain Tempat

Francis D.K.Ching (Binggeli,2012) Desain Interior/Tempat merupakan sebuah perencanaan tata letak serta perancangan ruang dalam di bangunan.

Pengertian Keputusan Pembelian

Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler & Armstrong (2001) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

- Konsep

- 1) Bab I Pendahuluan
- 2) Bab II Tinjauan Pustaka
- 3) Bab III Metodologi Penelitian
- 4) Bab IV Penyajian, Analisis, dan Pembahasan

- Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Metode Yang Digunakan Dan Hasil Penelitian	Persamaan
(Shanada et al., 2021)	Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mr. Suprek Surabaya	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan	Sama – sama meneliti Citra Merek

		metode penelitian analisis kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.	
--	--	--	--

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis survei eksplanatif asosiatif. Survey eksplanatif. Menurut *Kriyantono* (2020:153) survei eksplanatif adalah survei yang digunakan untuk mengetahui apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu serta apa penyebab sesuatu tersebut biasa terjadi.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

1. Teknik Pengumpulan

a. Kuesioner

b. Google Form

Metode yang di gunakan untuk penyelesaian masalah

Bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian ini dilakukan :

1) Rancangan Penelitian

Penelitian survey adalah salah satu pendekatan penelitian yang pada umumnya digunakan untuk pengumpulan data yang luas dan banyak.

Populasi dan sample

Sugiyono (2011:18), **Populasi** adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subjek yang mempunyai kuantitas & karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut *Silaen* (2018:87) **Sampel** adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu untuk di ukur atau diamati karakteristiknya

2) Teknik Analisis Data

- **Analisis Deskriptif**
- **Uji Validitas.**
- **Uji Reliabilitas**

Uji Asumsi Klasik

- **Uji Normalitas**
- **Uji Multikolinieritas.**

- **Uji Heteroskedastisitas**

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), Desain Tempat (X3) Keputusan Pembelian (Y).

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji Korelasi (r)

Koefisien Determinasi (R^2)

Rentang Skala

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Hasil penelitian dalam skripsi ini berupa deskripsi mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Tempat, terhadap Keputusan Pembelian.

Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian

4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

4.4.3 Pengaruh Desain Tempat terhadap Keputusan Pembelian

4.4.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Tempat terhadap Keputusan Pembelian

Penutup

Kesimpulan

Dari hasil analisis penelitian yang sudah di lakukan sebelumnya. Maka peneliti dapat mengambil kesimpulan terkait dengan pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Tempat.

1. Dari hasil penyebaran kuesioner mengambil sampel sebanyak 100 responden Konsumen Kafe kopi panggang dari Jenis Kelamin disimpulkan bahwa yang bersedia melakukan pengisian kuesioner lebih dominan Wanita
2. Hasil analisis statistik Uji Parsial Citra Merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Desain Tempat berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, namun dari hasil uji gabungan Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Tempat secara simultan terhadap Keputusan Pembelian dibuktikan dengan hasil f hitung lebih besar dari f tabel sehingga berpengaruh positif secara bersama-sama.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Cafe Kopi Panggang perlu mempertahankan yang terkait dengan Citra Merek 1. Kafe kopi panggang dikenal oleh banyak masyarakat kota gresik, 2. Kafe kopi panggang perlu menyediakan sajian menu tradisional. Terkait dengan Kualitas Produk 1. Terkait dengan kualitas produk perlu mempertahankan keamanan dari produk yang di jual. Terkait dengan Desain Tempat 1. Perlu mempertahankan ruang yang terbuka dan tetap mempertahankan banyaknya pepohonan agar nuansa menjadi sejuk. Di samping itu Kafe Kopi Panggang perlu segera memperbaiki agar citra Kafe Kopi menggambarkan minuman khas Kopi Panggang. Terkait dengan Kualitas Produk Perlu mempertahankan agar produk tidak rusak. Terkait dengan Desain Tempat Perlu mempertahankan tentang pilihan warna untuk desain tata ruangan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di harapkan dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Tempat yang bisa di lihat dari segi internal maupun eksternal. Serta peneliti ini di harapkan dapat melakukan penelitian ini lebih luas lagi. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas lagi kepada pembaca.

Daftar Pustaka

Dinha, N. O., & Maduwinarti, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS MEREK EXSPORT DI SURABAYA.

Laili, E. N., Ch, U., Endro, N., Program, T., & Bisnis, S. A. (n.d.). PENGARUH MOTIVASI DAN SIKAP PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG (Studi Kasus pada Reny swalayan-ku di Surabaya).

Rahmawati, M., Tjahjono, E., & Mulyati, A. (2021). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG ASELA KABUPATEN SAMPANG MADURA.

Shanada, A., Sri, R., & Tjahjono, A. E. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MR. SUPREK SURABAYA.

Utomo, P., Maduwinarti, A., Made, N., & Pratiwi, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WARUNG KOPI MBAH SANGKIL SURABAYA.

Dinha, N. O., & Maduwinarti, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS MEREK EXSPORT DI SURABAYA.

Laili, E. N., Ch, U., Endro, N., Program, T., & Bisnis, S. A. (n.d.). PENGARUH MOTIVASI DAN SIKAP PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG (Studi Kasus pada Reny swalayan-ku di Surabaya).

Rahmawati, M., Tjahjono, E., & Mulyati, A. (2021). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG ASELA KABUPATEN SAMPANG MADURA.

Shanada, A., Sri, R., & Tjahjono, A. E. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MR. SUPREK SURABAYA.

Utomo, P., Maduwinarti, A., Made, N., & Pratiwi, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WARUNG KOPI MBAH SANGKIL SURABAYA.

http://repository.dharmawangsa.ac.id/214/6/BAB%20II_15510166.pdf (teori citra merek)

<http://eprints.stainkudus.ac.id/255/5/5.%20BAB%20II.pdf> (teori kualitas produk)

<https://www.kajianpustaka.com/2020/07/desain-interior.html>

<https://eprints.umm.ac.id/40376/3/BAB%20II.pdf>

<https://fairuzelsaid.upy.ac.id/mpti/teknik-observasi/>

<https://www.academia.edu/28487885/>