

Moh. Agiel, 11.311.014, **Pengaruh Atmosfer *Cafe*, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Cafe* dan Resto Waroeng Beldeg Gresik**. Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juni, 2015.

### **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian di *Cafe* dan Resto Waroeng Beldeg Gresik. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden, jenis data yang digunakan primer. Penelitian ini juga menguji tiga variabel independen yaitu atmosfer *cafe*, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atmosfer *cafe*, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel atmosfer *cafe*, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian konsumen.

Kata kunci : Atmosfer *cafe*, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Moh. Agiel, 11.311.014, Effect of Atmospheric Cafe, Location and Quality Service Consumer Purchase Decision Against diCafe and Reto Waroeng Beldeg Gresik. Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, in June, 2015.

### **ABSTRAKSI**

This study aims to identify factors that influence the purchase decision and Resto Waroeng diCafe Beldeg Gresik. This study used a sample of 100 respondents, the type of data used primer. The study also examined three independent variables are atmospheric cafe, location and quality of service on consumer purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the influence of atmospheric cafe, location and quality of service on consumer purchasing decisions by using multiple linear regression analysis. The results showed that the variables cafe atmosphere, location and service quality effect on consumer purchasing.

Keywords: cafe atmosphere, location and quality of service on consumer purchasing decisions

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan di era globalisasi saat ini, tidak hanya industri manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian di Indonesia, saat ini semakin banyak bermunculan di Indonesia *cafe* baik *franchise* asing ataupun lokal, menjadikan persaingan yang cukup ketat pada usaha *cafe*. Indonesia sendiri sudah terdapat ribuan *cafe* yang tersebar di seluruh kota-kota besar ataupun daerah-daerah kecil.

Istilah *cafe* disebut sebagai tempat yang sederhana. *Cafe* cenderung lebih seperti tempat yang sederhana akan tetapi cukup menarik untuk dikunjungi dan dijadikan tempat untuk bersantai sekaligus melepas penat. *Cafe* menyajikan makanan ringan yang cocok sebagai teman minum seperti kopi, teh atau sejenisnya. Namun yang pasti *cafe* memiliki suasana dan pelayanan yang berbeda dengan warung kopi biasanya. Akan tetapi dengan keunikan, mutu produk dan cara pemasaran yang baik juga bisa membawa dampak terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian yaitu dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller, 2008;188). Konsumen mungkin juga membantu maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Tahap-tahap keputusan pembelian adalah pengenalan kebutuhan, Pencarian informasi, Evaluasi terhadap alternatif-alternatif, keputusan pembeli, perilaku pasca pembeli (Kotler dan Armstrong, 2001;222). Namun keputusan

pembelian ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu atmosfer, lokasi dan kualitas pelayanan.

Menurut Utami (2006:238) menyatakan penciptaan suasana (*atmosperics*) berarti desain lingkungan melalui komunikasi visual, percahayaan, warna musik dan wangi-wangian untuk merancang *respons* emosional dan persepsi pelanggan dan untuk memperngaruhi pelanggan dalam membeli barang atau disebut juga keputusan pembelian.

Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk (Akhmad, 1996 dalam Atmaja dan Adiwinata, 2013). Namun lokasi bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kualitas pelayanan.

Menurut Swastha dan handoko (2000) dalam Damayanti (2013) yaitu pelayanan yang baik bagi konsumen yang ingin membeli suatu produk, pelayan yang ingin memberikan saat memilih sampai terjadinya transaksi pembeli sangatlah berpengaruh terhadap jadi tidaknya pembeli yang dilakukan oleh konsumen.

Dalam teori-teori pembahasan diatas semakin memberi kekuatan pada *cafe* tersebut untuk menjadi usaha kopi dan makanan ringan yang semakin berkualitas dan semakin kuat efek emosional yang terpengaruh atmosfer *cafe* yang nyaman, lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan yang baik di *cafe* tersebut sehingga bisa menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli di *cafe* tersebut. Kabupaten Gresik memiliki daerah dengan luas

1.192,25 Ha dan memiliki penduduk yang cukup banyak yaitu 1.324.777 penduduk, terutama wilayah yang berdekatan dengan kota yaitu kecamatan Gresik memiliki 93.327 penduduk, kecamatan Kebomas memiliki 102.851 penduduk, dan kecamatan Manyar memiliki 110.139 penduduk, dengan terbuktnya luas dan jumlah penduduk diGresik tersebut maka berpeluang atau memanfaatkan untuk memulai usaha yaitu *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik.

Tabel 1.1  
Sub divisi makanan dan minuman *dicafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik pada bulan januari 2015

TGL	HARI	PENDAPATAN NETTO	JUMLAH PER MINGGU
1	Kamis	Rp 2,149,690.00	Rp 19,753,370.00
2	Jum'at	Rp 1,953,380.00	
3	Sabtu	Rp 3,704,690.00	
4	Minggu	Rp 2,219,330.00	
5	Senin	Rp 4,046,990.00	
6	Selasa	Rp 2,224,550.00	
7	Rabu	Rp 3,464,740.00	
8	Kamis	Rp 3,575,530.00	Rp 22,387,790.00
9	Jum'at	Rp 3,742,050.00	
10	Sabtu	Rp 3,781,640.00	
11	Minggu	Rp 3,322,450.00	
12	Senin	Rp 2,729,180.00	
13	Selasa	Rp 2,668,750.00	
14	Rabu	Rp 2,568,190.00	
15	Kamis	Rp 4,218,100.00	Rp 26,169,015.00
16	Jum'at	Rp 3,869,460.00	
17	Sabtu	Rp 4,735,535.00	
18	Minggu	Rp 3,250,450.00	
19	Senin	Rp 3,247,475.00	
20	Selasa	Rp 3,317,790.00	
21	Rabu	Rp 3,530,205.00	
22	Kamis	Rp 2,757,980.00	Rp 24,554,900.00
23	Jum'at	Rp 3,645,640.00	
24	Sabtu	Rp 3,563,680.00	
25	Minggu	Rp 4,850,780.00	
26	Senin	Rp 3,789,000.00	
27	Selasa	Rp 2,728,890.00	
28	Rabu	Rp 3,218,930.00	
29	Kamis	Rp 3,069,420.00	
30	Jum'at	Rp 3,534,790.00	
31	Sabtu	Rp 4,852,250.00	
<b>Total</b>		<b>Rp 104,321,535.00</b>	

Sumber: Divisi pengembangan usaha Wahyu Group

Dari data yang tertulis di atas tingkat omset pada bulan januari 2015 yang dihasilkan *cafe* dan resto Waroeng Beldeg setiap harinya masih mengalami kenaikan dan penurunan. Tetapi secara keseluruhan setiap minggunya *cafe* dan resto Waroeng Beldeg mengalami kenaikan dilihat dari minggu pertama omset yang didapat mencapai Rp 19,753,370.00 , kemudian diminggu kedua omset *cafe* dan resto Waroeng Beldeg sudah mulai meningkat mencapai Rp 22,387,790.00, sedangkan minggu ketiga omset *cafe* dan resto Waroeng Beldeg meningkat pesat sebanyak Rp 26,169,015.00, setelah semakin meningkatnya omset diminggu ketiga, diminggu keempat omset *cafe* dan resto Waroeng Beldeg ada penurunan yaitu Rp 24,554,900.00. Jadi omset selama tiga minggu terjadi kenaikan secara signifikan, namun diminggu keempat terjadi penurunan, padahal dari segi atmosfer, lokasi dan kualitas pelayanannya tidak dilalui penurunan kualitas oleh manajer *cafe* dan resto Waroeng Bledeg.

*Cafe* dan resto Waroeng Bledeg memiliki atmosfer yang memberikan kenyamanan bagi konsumen, dengan adanya suhu udara, musik yang diputar dan tata letak membuat konsumen memberikan kenyamanan untuk membeli di *Cafe* tersebut. Selain itu lokasi *cafe* dan resto Waroeng Bledeg memiliki tempat yang strategis dikarenakan daerah sekitar tidak ada persaingan atau yang meungguli *cafe* dan resto Waroeng Bledeg didaerah setempat, didukungnya lokasi *cafe* dan resto Waroeng Bledeg untuk ketempat sangat mudah dijangkau dan mudah ditemukan apalagi memiliki tempat parkir yang cukup luas. *Cafe* dan resto Waroeng Bledeg juga memiliki pelayanan yang berkualitas, pelayan di *cafe* dan

resto Waroeng Bledek secara konsisten bersikap sopan, selalu mengutamakan para pembeli, dan pelayan merespon cepat terhadap konsumen yang membeli.

Peneliti ingin mengetahui adanya pengaruh Atmosfer *Cafe*, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Penelitian ini mencoba mencari jawaban tentang adanya pengaruh Atmosfer *cafe*, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik. Berdasarkan latar belakang, maka usulan penelitian ini peneliti beri judul **”Analisis Pengaruh Atmosfer, Lokasi dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe* dan Resto Waroeng Bledeg Gresik”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah atmosfer berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik?
4. Apakah atmosfer, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh atmosfer terhadap keputusan pembelian konsumen di *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik.
3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik.
4. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh secara simultan atmosfer, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di *cafe* dan resto Waroeng Bledeg Gresik.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, antara lain :

1. Manfaat bagi *cafe* Waroeng Bledeg Gresik

Dapat memberikan masukan dan saran pemikiran yang positif mengenai pengaruh atmosfer, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di *cafe* dan resto Waroeng Beedeg Gresik.

2. Manfaat bagi akademik

Sebagai tambahan literature pustaka di Unerversitas Muhamadiyah Gresik yang mana nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk studi banding bagi mahasiswa dalam mengambil penelitian lanjutan mengenai permasalahan yang sama.



3. Bagi peneliti selanjutnya :

Diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan wawasan bagi peneliti lain sehingga bisa berkembang dan lebih berkembang lagi dalam mempelajari manajemen pemasaran.