

Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Location Attractiveness terhadap Keputusan Pembelian di Historica Coffee and Kitchen Surabaya

Oleh:

Muhammad Alvin Syihabuddin

Dosen Pembimbing :

Dr. Rita Ambarwati, SE., M.MT

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

Mei, 2025



Pendahuluan

Di era globalisasi yang semakin meluas seperti saat ini, memberikan dampak yang cukup baik bagi kehidupan masyarakat. Dampak yang cukup dirasakan adalah berkembang pesatnya kemajuan teknologi, ilmu pengetahuan dalam dunia industri menjadi semakin ketat. Salah satu sektor usaha yang memiliki persaingan cukup tinggi adalah sektor makanan dan minuman. Dengan persaingan pada jenis usaha dibidang Coffeeshop, diharapkan pihak pengusaha dapat menarik sebanyak - banyaknya konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong keputusan pembelian adalah sebuah proses dari seorang konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Lokasi penelitian terletak di Historica Coffee and Kitchen Surabaya di Jl. Sumatera No. 40 Surabaya. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Historica Coffee and Kitchen Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Random sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak pada populasi penelitian.

Sesuai dengan rekomendasi dari Hair et al. yang merekomendasikan jumlah sampel data observasi minimal 100 responden. Data primer pada penelitian ini dikumpulkan dengan cara penyebaran kuisioner dan wawancara kepada konsumen Historica Coffee and Kitchen Surabaya. Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui buku serta artikel yang mendukung penelitian ini. Pengolahan data pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan *software* Smart-PLS.

Hasil

Setelah membagikan kuisioner kepada 100 orang responden yang merupakan konsumen dari Historica Coffee and Kitchen Surabaya bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan mendominasi sebanyak 52 orang responden sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 48 orang. Pada rentang usia responden didominasi oleh usia 21-25 tahun yakni sebanyak 58 orang responden, sedangkan rentang usia 26-30 tahun sebanyak 37 orang. Selanjutnya responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 57 orang. Pada intensitas kunjungan responden ke Historica Coffee and Kitchen Surabaya didominasi kunjungan 1-2 kali setiap bulan yakni sebanyak 92 orang responden.

Pembahasan

Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian

- Pada pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa variabel *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Hasil pengujian menunjukkan nilai p-values sebesar $0,015 < 0.05$ dan nilai t-statistics sebesar $2,436 > 1.96$. Sehingga H1 diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

- Pada pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Hasil pengujian menunjukkan nilai p-values sebesar $0,004 < 0.05$ dan nilai t-statistics sebesar $2,909 > 1.96$. Sehingga H2 diterima

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

- Pada pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Hasil pengujian menunjukkan nilai p-values sebesar $0,004 < 0.05$ dan nilai t-statistics sebesar $2,854 > 1.96$. Sehingga H3 diterima.

Pengaruh *Location Attractiveness* terhadap Keputusan Pembelian

- Pada pengujian hipotesis keempat membuktikan bahwa variabel *Location Attractiveness* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Hasil pengujian menunjukkan nilai p-values sebesar $0,000 < 0.05$ dan nilai t-statistics sebesar $4,231 > 1.96$. Sehingga H4 diterima.

Temuan Penting Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, harga dan *location attractiveness* terhadap keputusan pembelian, maka kesimpulan penelitian ini yang pertama adalah *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kedua, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Ketiga, Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan keempat, *Location Attractiveness* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Manfaat Penelitian

Terkait Store Atmosphere

- Pada variabel Store Atmosphere yang telah diciptakan oleh Historica Coffee and Kitchen Surabaya sudah cukup baik dan perlu untuk dipertahankan. Store Atmosphere pada penelitian ini diukur dengan indikator Exterior, General Interior, Store Layout dan Interior Display.

Terkait Kualitas Pelayanan

- Pada variabel Kualitas Pelayanan yang telah diberikan oleh Historica Coffee and Kitchen Surabaya sudah cukup baik dan perlu untuk dipertahankan. Kualitas pelayanan pada penelitian ini diukur dengan indikator; Kehandalan, Bukti Fisik, Kepekaan dan Jaminan.

Terkait Harga

- Pada variabel Harga yang telah diberikan oleh Historica Coffee and Kitchen Surabaya sudah cukup baik dan perlu untuk dipertahankan. Harga pada penelitian ini diukur dengan indikator; Keterjangkauan harga, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan Kesesuaian harga dengan manfaat.

Terkait *Location Attractiveness*

- Pada variabel *Location Attractiveness* Historica Coffee and Kitchen Surabaya sudah cukup baik. *Location Attractiveness* pada penelitian ini diukur dengan indikator Akses, Visibilitas, Lalu lintas, dan Tempat parkir.

Referensi

C. Arifin and El. Sultriyanto, “Kafel dan Keldai Kopi Melnjamulr Bulka Pellulang Indulstri Pelmasok Pelralatan dan Bahan Bakul,” *Tribuln Bisnis*, Feb. 25, 2021. <https://www.tribulnnelws.com/bisnis/2021/02/25/kafel-dan-keldai-kopi-melnjamulr-bulka-pellulang-indulstri-pelmasok-pelralatan-dan-bahan-bakul> (accelseld Delc. 04, 2023).

P. Widarti, “Indulstri Kafel & Relstoran Jatim Diyakini Tulmbulh 30 Pelrseln,” *Bisnis.com*, Aug. 26, 2022. <https://sulrabaya.bisnis.com/relad/20220827/532/1571085/indulstri-kafel-relstoran-jatim-diyakini-tulmbulh-30-pelrseln> (accelseld Delc. 04, 2023).

L. P. Ragatirta and El. Tiningrulm, “Pelngaruh Atmospherel Storel, Delsain Produlk, dan Citra Melrekl Telrhada Kelpultulsan Pelmbellian (Stuldi Kasuls di Rown Division Sulrakarta),” *Elxcelll. J. Manajelmeln, Bisnis dan Pelndidik.*, vol. 7, no. 2, pp. 143–152, 2020, Accelseld: Delc. 05, 2023. [Online]. Available: <https://el-journal.stiel-aulb.ac.id/index.php/elxcellelnt>.

Maryati and M. Khoiri, “Pelngaruh Kulalitas Produlk, Kulalitas Pellayanan dan Promosi Telrhada Kelpultulsan Pelmbellian Toko Onlinel Timel Ulnivelrsel Stuldio,” *J. Elkon. dan Bisnis*, vol. 11, no. 1, pp. 542–550, 2022.

Ivan, “Thel Influlelncel of Selrvicel Qulality, Storel Atmospherel, and Location Attractivelnelss on Pulrchasel Delcisions at Dapulr Kita Minimarkelt in Pontianak,” *Procelelding 1st Tanjulingpulra Int. Conf. Manag. Elcon. Account.*, vol. 1, 2022, doi: 10.21070/acopeln.7.2022.2805.

dan El. F. Z. Olohota Laia, Paskalis Dakhi, “Parelto: Julrnal Riselt Manajelmeln dan Bisnis,” *J. Ris. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 10–22, 2021.

S. Masriya, Shafa and Chaelrudin, “Pelngaruh Kulalitas Pellayanan Dan Sulasana Cafel Telrhada Kelpultulsan Pelmbellian Rai Raka Cafel Di Kabulpateln Karawang,” *J. Ilm. Manaj.*, vol. 17, no. 2, pp. 233–245, 2022, doi: <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.233-245>.

I. S. Lulbis, R. Ardiansah, S. Jaya, and K. Kasmad, “Pelngaruh Kulalitas Pellayanan Telrhada Kelpultulsan Pelmbellian Krispy Krelmel Di Sulpelrmall Cileldulg Tangelrang,” *J. Elkon. Elf.*, vol. 4, no. 1, p. 118, 2021, doi: 10.32493/jelel.v4i1.14516.

