

**PENGARUH *AMBIENT CONDITION* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI *CAFE KARSA PADANG***

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Mendapatkan Gelar sarjana
Terapan (D4) Di Universitas Negeri Padang*



**CLAUGHEA MINGGUALLENA ARIESTA
18135172/2018**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

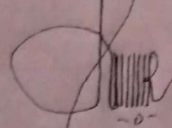
PENGARUH *AMBIENT CONDITION* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI *CAFE KARSA PADANG*

| | |
|---------------|---------------------------------|
| Nama | : Claughea Mingguallena Ariesta |
| NIM/BP | : 18135172/2018 |
| Program Studi | : D4 Manajemen Perhotelan |
| Departemen | : Pariwisata |
| Fakultas | : Pariwisata dan Perhotelan |

Padang, 17 November 2022

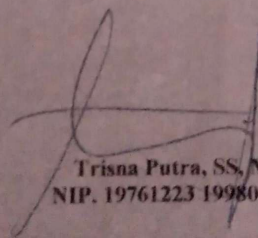
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Lise Asnur, S.Pd, M.Pd
NIP. 196608221990102001

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Ambient Condition Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Cafe Karsa Padang
Nama : Claughea Mingguallena Ariesta
NIM/BP : 18135172/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 17 November 2022

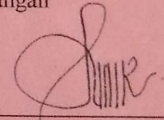
Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

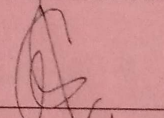
1. Ketua : Lise Asnur, S.Pd, M.Pd

1.



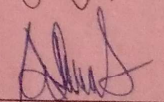
2. Anggota : Pasaribu, S.ST.Par, M.Si.Par

2.



3. Anggota : Nidia Wulansari, M.M

3.





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

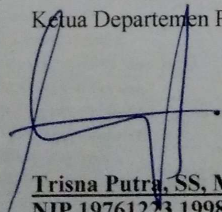
Nama : Claughea Mingguallena Ariesta
NIM/TM : 18135172/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Ambient Condition Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Karsa Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.


Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Ketua Departemen Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP.19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,




Claughea Mingguallena Ariesta
NIM. 18135096

ABSTRAK

Claughea Mingguallena Ariesta (2022) : Pengaruh *Ambient Condition* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Cafe Karsa Padang*.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh *Ambient Condition* terhadap keputusan pembelian konsumen dengan latar belakang permasalahan yaitu tidak stabilnya tingkat kunjungan wisatawan ke *Cafe Karsa Padang*, belum adanya keunikan *cafe* karsa dibanding *cafe* lainnya, belum tersedianya fasilitas parkir yang memadai, ruangan yang pengap dan menimbulkan aroma kurang sedap, suhu yang panas pada siang hari di *cafe*, belum adanya fasilitas pendukung seperti musholla. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* kepada 160 responden yang sedang berkunjung. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan menggunakan Skala Likert yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya kemudian data dianalisis melalui tabulasi dan deskriptif data. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) *Ambient Condition* pada *Cafe Karsa Padang* secara keseluruhan termasuk kategori cukup baik dengan persentase 41,8%, (1) Keputusan Pembelian pada *Cafe Karsa Padang* secara keseluruhan termasuk kategori baik dengan persentase 35,5%, (3) Pengaruh yang signifikan *Ambient Condition* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Cafe Karsa Padang* dengan koefisien regresi sebesar sebesar 0.627 dengan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Dan diperoleh nilai R Square sebesar 0.120 artinya kontribusi variabel X terhadap variabel Y sebesar 0.120 (12,0%) sedangkan 88,0% dipengaruhi oleh faktor lain.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Ambient Condition* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Cafe Karsa Padang*”**. ini disusun sebagai syarat untuk melanjutkan penelitian skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, peneliti tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang terkait.

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Ketua Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Lise Asnur, S.Pd, M.Pd selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penulisan ini serta dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par selaku Dosen Penguji 1 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran, dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.
5. Ibu Nidia Wulansari, M.M selaku Dosen Penguji 2 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran, dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.

6. Bapak Adek Kurnia Fiza, S.St.Par, M.Par selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan, motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan penelitian ini
7. Karyawan *Cafe* Karsa Padang yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Sahabat dan Seluruh Rekan yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada peneliti.
9. Kepada Kedua Orangtua Bapak Benny Riko dan Ibunda Rini S serta Keluarga tercinta atas do'a dan dukungan yang telah diberikan sehingga peneliti bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya peneliti juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, 1 April 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

| | Hal |
|---|------------|
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 7 |
| C. Batasan Masalah | 7 |
| D. Rumusan Masalah | 7 |
| E. Tujuan Penelitian | 8 |
| F. Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| A. Kajian Teori | 10 |
| 1. Ambient Conditions | 10 |
| 2. Keputusan Pembelian | 13 |
| 3. Hubungan <i>Ambient Condition</i> Dengan Keputusan Pembelian | 20 |
| B. Kerangka Konseptual | 21 |
| C. Hipotesis | 22 |
| BAB III METEDOLOGI PENELITIAN | 23 |
| A. Jenis Penelitian | 23 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian | 23 |
| C. Variabel Penelitian | 23 |
| D. Definisi Operasional Variabel | 24 |
| E. Populasi Penelitian Dan Sampel Penelitian | 26 |
| F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| G. Instrumen Penelitian | 29 |
| H. Teknik Analisis Data | 32 |
| I. Uji Coba Instrumen | 33 |
| J. Uji Persyaratan Analisis | 38 |
| K. Pengujian Hipotesis | 39 |

| | |
|--|----|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 41 |
| A. Hasil Penelitian | 41 |
| B. Pembahasan | 70 |
| 1. Ambient Condition | 70 |
| 2. Keputusan Pembelian | 71 |
| 3. Pengaruh Ambient Condition Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di <i>Cafe</i> Karsa Padang | 74 |
| BAB V | 76 |
| PENUTUP | 76 |
| A. Kesimpulan | 76 |
| B. Saran | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | 80 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 82 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Hal |
|---|------------|
| 1....Data perkiraan pengunjung cafe Karsa Padang | 4 |
| 2....Rata-rata pengunjung cafe Karsa Padang | 27 |
| 3....Instrumen Skala Likert Ambient Condition dan Keputusan Pembelian | 29 |
| 4....Kisi-kisi instrumen penelitian | 30 |
| 5....Rumus Klasifikasi..... | 33 |
| 6....Hasil Uji coba Validitas Angket Penelitian Variabel X..... | 35 |
| 7....Hasil Uji Validitas Angket Penelitian Variabel Y | 36 |
| 8....Hasil Uji Reliabilitas Angket Penelitian Variabel X..... | 37 |
| 9....Hasil Uji Reliabilitas Angket Penelitian Variabel Y | 37 |
| 10...Distribusi Frekuensi Usia Responden..... | 42 |
| 11...Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden..... | 43 |
| 12...Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden..... | 43 |
| 13...Distribusi Frekuensi Daerah Asal Responden..... | 44 |
| 14...Distribusi Frekuensi Daerah Asal Responden | 44 |
| 15...Analisis Deskripsi Variabel X dan Y | 45 |
| 16...Deskripsi Data Variabel Ambient Condition | 46 |
| 17...Distribusi Frekuensi Variabel Ambient Condition..... | 47 |
| 18...Statistik Dasar Indikator Aroma..... | 48 |
| 19...Distribusi Frekuensi Variabel Aroma | 48 |
| 20...Statistik Dasar Indikator Suara..... | 49 |
| 21...Distribusi Frekuensi Variabel Suara | 50 |
| 22...Statistik Dasar Indikator Warna..... | 51 |
| 23...Distribusi Frekuensi Variabel Warna..... | 51 |

| | |
|---|----|
| 24...Statistik Dasar Indikator Suhu | 52 |
| 25...Distribusi Frekuensi Variabel Suhu | 53 |
| 26...Statistik Dasar Indikator Pencahayaan..... | 54 |
| 27...Distribusi Frekuensi Variabel Pencahayaan | 54 |
| 28...Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian..... | 55 |
| 29...Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian | 56 |
| 30...Statistik Dasar Indikator Pengenalan Kebutuhan | 57 |
| 31...Distribusi Frekuensi Variabel Pengenalan Kebutuhan..... | 57 |
| 32...Statistik Dasar Indikator Pencarian Informasi..... | 58 |
| 33...Distribusi Frekuensi Variabel Pencarian Informasi | 59 |
| 34...Statistik Dasar Indikator Evaluasi Alternatif | 60 |
| 35...Distribusi Frekuensi Variabel Evaluasi Alternatif | 60 |
| 36...Statistik Dasar Indikator Keputusan Pembelian..... | 61 |
| 37...Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian | 62 |
| 38...Statistik Perilaku Pasca Pembelian | 63 |
| 39...Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Pasca Pembelian | 63 |
| 40...Uji Normalitas | 65 |
| 41...Uji Homogenitas | 66 |
| 42...Uji Homogenitas..... | 67 |
| 43...Uji Regresi Linear Sederhana | 68 |
| 44...Koefisiensi Regresi Variabel X Terhadap Variabel Y | 68 |
| 45...Koefisien Determinan Variabel X terhadap Variabel Y | 69 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Hal |
|--|------------|
| 1.... <i>Cafe</i> Karsa Padang | 3 |
| 2....Area <i>Outdoor Cafe</i> Karsa | 6 |
| 3....Ulasan pengunjung tentang suhu..... | 6 |
| 4....Ulasan Web pengunjung tentang keputusan pembelian konsumen..... | 5 |
| 5....Proses Keputusan Pembelian | 19 |
| 6....Kerangka konseptual | 24 |

BABI PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis *cafe* di Indonesia saat ini sedang berkembang sangat pesat. Saat ini lebih dari 10.000 *cafe* di Indonesia yang diprediksi masih akan terus tumbuh. Menurut Tarigan dan hendry Guntu (2013) “*cafe* adalah suatu tempat yang diorganisasi secara komersial, memberikan pelayanan untuk makan dan minum, selain memiliki tujuan mencari untung, *cafe* juga berusaha membuat para tamu merasa puas dan ini merupakan tujuan utama operasi *cafe*”. *Cafe* saat ini sudah menjadi gaya hidup masyarakat khususnya di Sumatera Barat.

Bisnis *cafe* di Sumatera Barat menawarkan berbagai macam konsep dan ide-ide menarik untuk memikat pelanggan, khususnya kalangan muda, disamping dari segi makanan dan minuman, para pelaku usaha *cafe* juga dituntut untuk se-kreatif mungkin untuk membuat konsep *cafe* itu sendiri. Saat ini penilaian publik tentang *cafe* melihat konsep yang disuguhkan *cafe* tersebut, konsep yang menarik akan menarik minat berkunjung pelanggan dan membuat keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (2015:21) Keputusan Pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Proses seleksi yang disebut tahap evaluasi informasi, dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam pikiran konsumen dan membuat konsumen tertarik. Salah satu usaha

yang dapat dilakukan untuk menciptakan suasana yang indah dilihat mata, nyaman, dan menyenangkan yang pada akhirnya menimbulkan kesan yang menarik adalah dengan cara menciptakan *ambient condition* yang menarik.

Menurut Fitzsimmons (2011,154) *Ambient conditions* merupakan karakteristik lingkungan yang berhubungan dengan kelima indra. Suasana yang sesuai dengan harapan konsumen dapat menciptakan kondisi yang nyaman. *Ambient conditions* merupakan hal yang sangat penting karena berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan memilih barang yang akan dibelinya berdasarkan teori pengambilan keputusan. Hal ini sesuai dengan pendapat Bitner (1992) mengatakan bahwa: penataan secara fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan.

Begitu banyaknya *cafe* yang ada di kota Padang membuat pelanggan dengan bebas memilih *cafe* yang sesuai dengan keinginannya. Ini merupakan peluang dan ancaman bagi pelaku usaha bisnis khususnya *Cafe Karsa*. Diantaranya, peluangnya adalah bisa menjadi pembeda diantara toko-toko yang lain sehingga mampu menarik minat pelanggan, adapun ancamannya adalah persaingan produk yang sama dengan pelaku bisnis yang lain. Maka dari itu pelaku bisnis *cafe* harus lebih jeli dalam melihat peluang dan mampu mengatasi ancaman, agar dapat memenangkan pasar dan membuat konsumen memilih *Cafe karsa*.



Gambar 1. Cafe Karsa Padang

Cafe Karsa adalah salah satu *cafe* yang berada di kota Padang. Berdiri pada bulan Maret 2021 mengangkat konsep *modern* kekinian untuk menarik minat pengunjung khususnya mahasiswa UNP. *Cafe* ini juga dijadikan tempat berkumpulnya mahasiswa yang ingin mengerjakan tugas sembari bersantai. *Cafe Karsa* memiliki memiliki 18 meja dan 72 kursi yang terletak di *indoor* dan *outdoor*, toilet dan juga *parking area*. *Cafe Karsa* sudah berdiri kurang lebih 1 tahun, lokasinya yang strategis berdekatan dengan kampus dan berada di tepi jalan juga menarik minat pengunjung untuk datang dan berkunjung, namun tetap saja di hari-hari tertentu terlihat sepi.

Berdasarkan pengamatan, observasi dan wawancara dengan Ninda salah satu konsumen di *cafe karsa* pada tanggal 8 April dan hasil review di google, ada beberapa permasalahan yang berkaitan dengan *Ambient Condition* dan Keputusan Pembelian.

Tabel 1. Data perkiraan pengunjung *cafe* Karsa Padang

| No | Periode | Total Perkiraan Pengunjung |
|----|-----------|----------------------------|
| 1. | Juli | 1.150 |
| 2. | Agustus | 1.500 |
| 3. | September | 1.200 |
| 4. | Oktober | 1.770 |
| 5. | November | 1.400 |
| 6. | Desember | 1.900 |
| | Total | 8.920 |

Sumber : Karyawan *cafe* karsa Padang

Masalah yang pertama yaitu, dari tabel diatas dapat dilihat jumlah kunjungan setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan (Keputusan Pembelian). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kunjungan konsumen pada *cafe* Karsa masih belum stabil setiap bulannya.

Masalah kedua (Evaluasi Alternatif) yaitu belum adanya keunikan yang membuat *cafe* karsa berbeda dengan *cafe* yang lain. Bisnis *cafe* saat ini sudah sangat banyak di daerah sekitaran UNP, produsen *cafe* berlomba-lomba menawarkan produk agar mendapatkan dan mampu memenangkan pasar dengan banyaknya persaingan pasar yang sama. Hal ini harus menjadi perhatian khusus produsen *cafe* agar bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan baik dan dapat memenangkan pasar.





Masalah selanjutnya yang peneliti lihat (Pengenalan Kebutuhan) yaitu, akses parkir yang masih belum efisien untuk pengguna mobil. *Cafe* karsa terletak di tepi jalan, namun belum tersedia fasilitas parkir yang memadai untuk pengguna mobil, saat ini pengguna mobil hanya bisa parkir di tepi jalan sekitaran *cafe* yang terkadang menghambat kendaraan lain karena dapat menyebabkan kemacetan.

Masalah selanjutnya yaitu, pada bagian dalam *cafe* (Aroma) terdapat smooking area yang tertutup. Hal ini membuat aroma yang tidak sedap dan udara di dalam ruangan ini menjadi pengap dan panas yang membuat konsumen menjadi kurang nyaman.



Gambar 2. Area *Outdoor Cafe* Karsa

Sumber : Web Cafe Karsa(2022)

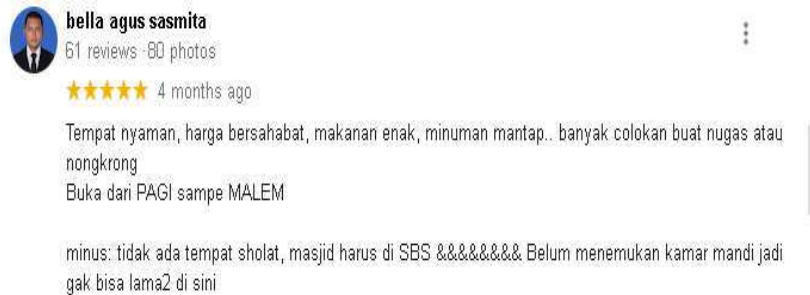
| | |
|---|--|
| <p> ncha kun 1 ulasan</p> <p>★★★★☆ baru saja BARU</p> <p>Bagus cuma kalo siangnya panas..</p> <p> </p> | <p>“bagus cuma kalo siang panas”</p> |
| <p> boeciyn5ever Suka banget sama konsepnya tapi panas di siang hari</p> <p>9d Balas</p> | <p>“suka banget sama konsepnya tapi panas di siang hari”</p> |

Gambar 3. Ulasan Pengunjung tentang suhu

Sumber : Web Cafe Karsa(2022)

Masalah berikutnya yaitu, konsumen mengatakan jika saat siang hari (Suhu) cuacanya sangat panas hal ini disebabkan karena area luar cafe langsung terpapar cahaya matahari dan tidak terdapat penghambat agar

cahaya tidak langsung terkena ke tempat duduk. Hal ini perlu diperhatikan karena akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.



Gambar 4. Ulasan Web pengunjung tentang keputusan pembelian
Sumber : Web Cafe Karsa(2022)

Masalah terakhir yaitu terdapat keluhan konsumen tentang fasilitas (musholla) yang belum tersedia di *cafe* Karsa (Pengenalan Kebutuhan). Hal ini merupakan permasalahan karena konsumen akan mengevaluasi kebutuhan apa yang diperlakukan dan butuhkan dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini diperlukan untuk menjadikan bisnis *cafe* mampu bersaing melawan pesaing dengan bisnis yang sama, para produsen *cafe* harus berupaya untuk menarik pengunjung melakukan pembelian. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Ambient Condition* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di *Cafe Karsa Padang*”**.

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang peneliti tulis, dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Tingkat kunjungan konsumen yang masih tidak stabil.
2. Tidak ada keunikan *cafe* karsa dibanding *cafe* lainnya.
3. Belum terdapatnya fasilitas Parkir Area yang memadai.
4. Ruangan yang pengap dan menimbulkan aroma yang kurang sedap.
5. Suhu yang panas pada siang hari.
6. Tidak adanya fasilitas pendukung seperti Musholla.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti perlu pembatasan masalah yaitu pembahasan yang berkaitan dengan Pengaruh *Ambient Condition* terhadap keputusan pembelian konsumen di Di *cafe* Karsa Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Ambient Condition* yang ada di Di *Cafe* Karsa Padang?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen di Di *Cafe* Karsa Padang?

3. Bagaimana pengaruh *Ambient Condition* terhadap keputusan pembelian konsumen di Di *Cafe* Karsa Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan Umum:

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Ambient Condition* terhadap keputusan pembelian konsumen di Di *Cafe* Karsa Padang.

2. Tujuan Khusus:

- a. Mendeskripsikan tentang *Ambient Condition* yang ada di Di *Cafe* Karsa Padang.
- b. Mendeskripsikan tentang keputusan pembelian konsumen di Di *Cafe* Karsa Padang.
- c. Menganalisis bagaimana pengaruh *Ambient Condition* terhadap keputusan pembelian di Di *Cafe* Karsa Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi pihak Di *Cafe* Karsa Padang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak *cafe* Karsa mengenai pentingnya pengaruh *Ambient Condition* terhadap

minat pembelian konsumen dan dapat membantu *Cafe Karsa* memilih strategi yang efektif untuk menarik keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Peneliti

- 1) Sebagai media dalam mengaplikasikan dan membandingkan ilmu yang telah di dapat selama di bangku perkuliahan dengan kenyataan yang ditemukan di lapangan
- 2) Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan.

3. Bagi Peneliti Lainnya

- 1) Dapat menjadi acuan dan referensi untuk peneliti yang akan mengambil konsep dengan penelitian yang sama.
- 2) Sebagai bahan pedoman studi kepustakaan untuk peneliti selanjutnya.

4. Bagi Departemen Pariwisata UNP

- 1) Dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi aktivitas akademik.
- 2) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pemahaman lebih mengenai Pengaruh *Ambient Condition* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.