

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KAFE KOPI PAGI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Sains Terapan (D4) pada
Jurusan Pariwisata FPP UNP*



Oleh:

**HURIA ARLY
17135191/2017**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171 Telp. (0751) 7051186 Email :
pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Huria Arly
NIM/TM : 17135191 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Kopi Pagi Kota 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 Jurusan Pariwisata


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

Saya yang menyatakan,


Huria Arly
NIM. 17135191

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

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

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen di Kafe Kopi Pagi Kota Padang
Nama : Huria Arly
NIM/BP : 17135191/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Mei 2021

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Youmil Abrian, S.E.,M.M

1. 

2. Anggota : Hijriyantomi Suyuthie, S.IP,M.M

2. 

3. Anggota : Dr. Kasmita.S.Pd, M.Si

3. 

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KAFE KOPI PAGI KOTA PADANG

Nama : Huria Arly
NIM/BP : 17135191/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Mei 2021

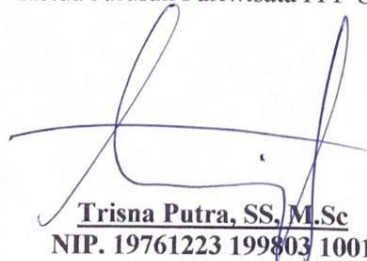
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Youmil Abrian, S.E., M.M
NIP.198210022008121002

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



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

ABSTRAK

Huria Arly . 2021. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Kopi Pagi Kota Padang. *Skripsi*. Program Studi D4 Manajemen Perhotelan. Fakultas pariwisata dan perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilatar belakangi karena banyaknya persaingan dalam dunia bisnis di berbagai banyaknya jenis usaha, salah satunya usaha Kafe. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif bentuk hubungan kausal. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variable terikat. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Kafe Kopi Pagi Kota Padang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner yang tersusun. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang disusun menurut skala likert. Penelitian ini menggunakan sampel minimum untuk diuji coba sebanyak 96 orang responden. Uji persyaratan analisis dilakukan dengan uji normalitas, uji homogenitas dan uji linearitas. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini adalah 1) variabel X (*Store Atmosphere*) dari indikator yang sudah ditentukan menunjukan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 72,92% berada pada $\geq 87,9$ termasuk kategori sangat baik, 2) variabel Y (Keputusan Pembelian) dari indikator yang sudah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 48,96% berada pada $\geq 55,95$ termasuk kategori cukup puas, 3) terdapat pengaruh yang signifikan antara Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Kopi Pagi Kota Padang sebesar 38,2% sedangkan 61,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata kunci: Pengaruh, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

KATAPENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Penelitian yang berjudul **“Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di kafe Kopi Pagi Kota Padang”**. ini disusun sebagai syarat untuk melanjutkan penelitian Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Proposal ini, penulis tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Untuk itu penulis 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 Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Youmil Abrian SE, M.M selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penulisan proposal ini serta dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan proposal ini.
4. Bapak Adek Kurnia Fiza, S.St.Par, M.Par selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan penelitian ini

5. *Staff* administrasi yang telah membantu penulis dalam melengkapi surat-surat yang diperlukan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
6. Karyawan kafe Kopi Pagi yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
7. Kepada Sahabat dan Seluruh Rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2017 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis.
8. Kepada Kedua Orangtua serta Keluarga Besar tercinta terimakasih atas do'adan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

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

Padang, Februari 2021

Huria Arly

\

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN`	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	11
1. Keputusan Pembelian	11
2. <i>Store Atmosphere</i>	14
3. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian .	18
B. Kerangka Konseptual	19
C. Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
C. Variabel Penelitian.....	21
D. Definisi Operasional Variabel	22
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	25
G. Instrumen Penelitian	26

H. Uji Coba Instrumen.....	28
I. Teknik Analisis Data	30
J. Uji Persyaratan Analisis.....	31
K. Pengujian Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
B. Hasil Penelitian	36
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden	37
2. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	38
3. Uji Persyaratan Analisis	56
C. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar kunjungan kafe Kopi Pagi Kota Padang.....	4
2. Rata-rata pengunjung Kafe Kopi Pagi.....	23
3. Instrumen skala likert	26
4. Kisi-Kisi IntrumenPenelitian	27
5. Hasil analisis validitas	29
6. Reabilitas variable X.....	30
7. Realibilitas Variabel Y	30
8. Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	37
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung	38
11. Data Statistik Variabel <i>Store Atmosphere</i>	39
12. Deskripsi Data Variabel <i>Store Atmosphere</i>	40
13. Data Statistik Indikator <i>Exterior</i>	41
14. Deskripsi Data Indikator <i>Exterior</i>	42
15. Data Statistik Indikator <i>Interior</i>	42
16. Deskripsi Data Indikator <i>Interior</i>	43
17. Data Statistik Indikator <i>Store Layout</i>	44
18. Deskripsi Data Indikator <i>Store Layout</i>	45
19. Data Statistik Indikator <i>Interior Display</i>	45
20. Deskripsi Data Indikator <i>Interior Display</i>	46
21. Data Statistik Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
22. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pembelian (Y)	48
23. Data Statistik Indikator pengenalan kebutuhan	49
24. Deskripsi Data Indikator pengenalan kebutuhan.....	50
25. Data Statistik Indikator Pencarian Informasi.....	50
26. Deskripsi Data Indikator Pencarian Informasi	51
27. Data Statistik Indikator Evaluasi Alternatif.....	52

28. Deskripsi Data Indikator Evaluasi Alternatif	53
29. Data Statistik Indikator Keputusan Pembelian	53
30. Deskripsi Data Indikator Keputusan Pembelian.....	54
31. Data Statistik Indikator Perilaku Pasca Pembelian.....	55
32. Deskripsi Data Indikator Perilaku Pasca Pembelian	56
33. Hasil Uji Normalitas	57
34. Hasil Uji Homogenitas	58
35. Uji Lineaaritas	59
36. Nilai Signifikansi	60
37. Koefisien Regresi Variabel X Terhadap Variabel Y	60
38. Variabel <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kafe Kopi Pagi	3
2. Ulasan Web Pengunjung Kafe Kopi Pagi.....	6
3. Proses Keputusan Pembelian.....	13
4. Kerangka Konseptual.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Tabulasi Deskripsi Data Responden	71
2. Kusioner Uji Coba Penelitian	74
3. Tabulasi Data Penelitian	79
4. Hasil Uji Validitas Uji Coba	81
5. Hasil Uji Reabilitas Uji Coba	87
6. Kusioner Data Penelitian	88
7. Tabulasi Data Penelitian	93
8. Klasifikasi Skor untuk Skor Store Atmosphere dan Keputusan Pembelian	101
9. Dokumentasi Penelitian	113
10. Izin Uji Coba dan Penelitian	114
11. Catatan Bimbingan Skripsi	115
12. Daftar Hadir Dosen	117

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha agar mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Banyaknya perusahaan yang saling berlomba mendapatkan konsumen menjadikan persaingan semakin ketat. Ada berbagai macam bisnis yang bisa dijadikan peluang usaha, salah satunya adalah bisnis *kafe*. Saat ini sudah semakin banyak produsen kafe yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Para produsen harus berupaya untuk mendapatkan perhatian khalayak ramai karena mereka bersaing dengan produk yang sama. Karena itu produsen kafe harus memiliki cara untuk memenangkan pasar. Salah satu cara untuk memenangkan pasar adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda.

Menurut Tarigan dan hendry Guntu (2013) “kafe adalah suatu tempat bangunan yang diorganisasi secara komersial, memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen untuk makan dan minum, selain memiliki tujuan mencari untung, kafe juga berusaha membuat para tamu merasa puas dan ini merupakan tujuan utama utama operasi kafe.”

Banyaknya kafe yang berkembang di Indonesia, khususnya di Kota-Kota besar seperti halnya dengan Kota Padang, banyak Kafe yang menawarkan berbagai macam konsep dan ide-ide menarik untuk memikat pelanggan, baik dari kalangan muda maupun kalangan tua, disamping dari segi makanan dan minuman, para pelaku usaha Kafe juga dituntut untuk

sekreatif mungkin untuk membuat konsep kafe itu sendiri. Saat ini penilaian publik tentang sebuah kafe banyak memberi perhatian pada konsep yang disuguhkan kafe tersebut, yang dianggap menarik minat berkunjung pelanggan.

Store Atmosphere bisa dijadikan pilihan untuk membedakan kafe yang satu dengan kafe lainnya. Perbedaan sangat diperlukan karna dari setiap bisnis kafe pasti terdapat kesamaan produk dengan harga yang hampir sama. Oleh karena itu, Store Atmosphere bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli.

Menurut Chistrina Widya Utami (2013:238) *store atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi pelanggan membeli barang. *Store Atmosphere* juga akan menentukan citra kafe itu sendiri, citra kafe yang baik, dapat menjamin kelangsungan hidup kafe untuk mampu bertahan dalam dunia persaingan.

Menurut Suharno (2010:96), menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah tahap di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengonsumsinya. Proses seleksi yang disebut tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam pikiran konsumen, salah satu merek produk dipilih untuk dibeli, bagi konsumen yang memiliki keterlibatan tinggi pada terhadap produk yang diinginkannya, proses pengambilan keputusan akan mempertimbangkan berbagai hal.

Pola hubungan *Store Atmosphere* dengan keputusan pembelian dapat dilihat dari *Store Atmosphere* yang disesuaikan dengan karakteristik pribadi seseorang akan menciptakan respon yang berbeda-beda. Seorang konsumen menentukan jenis toko yang dikunjungi atau memilih barang yang akan dibelinya berdasarkan teori pengambilan keputusan. Konsumen mengevaluasi alternatif ritel dan saluran pemasaran lain agar dapat memenuhi kebutuhannya, seperti: katalog, iklan.



Gambar 1. Kafe Kopi Pagi
Sumber: sosial media @kopipagi (2021)

Kafe Kopi Pagi adalah sebuah kafe yang berada di Kota Padang beralamat di Gang Nuri no. 22, Air Tawar Barat, Kecamatan Padang Utara, Kota Padang. Berdiri pada bulan Mei 2019 mengangkat tema *outdoor* yang menyuguhkan pemandangan pantai dan memberikan sentuhan konsep *modern* kekinian sehingga menarik minat pengunjung khususnya mahasiswa UNP.

Kafe Kopi Pagi ini memiliki daya tarik yang berbeda dari yang lain, karena selain memiliki menu makanan dan minuman, tempat ini juga dijadikan tempat berkumpulnya mahasiswa yang ingin mengerjakan tugas dan mahasiswa yang melakukan rapat serta sekedar melepaskan penat setelah seharian beraktivitas. Fasilitas yang ada pada kafe Kopi Pagi yaitu terdapat 22 meja dan 88 kursi, toilet, musholla, dan juga parkir. Lokasinya yang berdekatan dengan kampus menarik banyak konsumen untuk berkunjung ke kafe ini. Selain itu *Store Atmosphere* Kafe Kopi Pagi juga menarik minat konsumen untuk menikmati pemandangan serta merasa nyaman sehingga mempengaruhi durasi waktu tinggal pelanggan, yang akan berpengaruh terhadap nilai jual.

Peneliti juga telah mengambil data kunjungan selama 6 bulan terakhir di kafe Kopi Pagi pada tahun 2020 sebagai berikut :

Tabel 1. Daftar Kunjungan Kafe Kopi Pagi Padang

No	Periode	Tahun	Total Perkiraan Kunjungan	<i>seat turn over</i>
1.	Juli	2020	2.300	0,84
2.	Agustus	2020	2.170	0,79
3.	September	2020	2.150	0,81
4.	Oktober	2020	2.250	0,82
5.	November	2020	2.300	0,87
6.	Desember	2020	2.150	0,78
	Total		13.320/6 bln	4,91

Sumber : Karyawan kafe Kopi Pagi

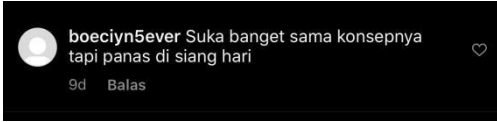
Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat *seat turn over* (pergantian pengunjung) di kafe Kopi Pagi dikategorikan masih rendah dikarenakan jika dihitung dari 88 jumlah kursi yang tersedia, maka dalam satu meja pergantian pengunjung yang terjadi adalah dengan mencari $\text{seat turn over} = (\text{total}$

kunjungan / hari dalam sebulan / jumlah kursi tersedia). Kopi pagi memiliki jam operasional kerja selama 12 jam (10.00 am - 22.00 pm).

Menurut Budy H. “Restoran dikatakan tumbuh apabila tingkat perputaran kursi (*seat turn over*) meningkat.” hal tersebut menunjukkan peningkatan jumlah pelanggan meningkat pada suatu *meal period*.

Seat turn over adalah persentase tinggi atau rendahnya jumlah kunjungan di suatu kafe dihitung dari kunjungan perbulannya yang dibagi dengan jumlah kursi dan meja yang tersedia. bisa dikatakan *Seat turn over* merupakan perputaran kursi dalam melayani tamu.

Terdapat juga beberapa ulasan dari konsumen yang pernah berkunjung di Kopi Pagi, diantaranya adalah : konsumen yang menyukai konsep yang ada di kopi pagi. “aku suka konsepnya. Ada tempat cas untuk yang mau ngoding atau skripsian” (Adam Permana : 2020), ada juga konsumen yang menyukai lingkungan fisik kafe. “tempatya seru. Dekat sama pantai” (Hafiz Alfandi :2020) “ adem, enak buat nyantai dan langsung liat pantai depannya dong” (Afifa Mardatilah :2020). konsumen yang menjadikan kopi pagi sebagai kafe favorite dengan memberi ulasan pujian. “Kopi Pagi favorit baru, cozy coffee house with a tasty coffee. Overall saya suka sangat suka tempatnya, tidak berisik,chill bgt suasananya, tempat yang recommended to hang with your friend, menu favorit : Affogato (ice cream dengan espresso)” Budi Permadi : 2020. ada pula yang mengeluh karna suhu yang panas disiang hari mengingat bahwasanya kafe terletak dibibir pantai yang membuat suhu terasa sangat panas.

Nama Konsumen	Ulasan
@boecin5ever 	“suka banget sama konsepnya tapi panas di siang hari.
Hafiz Alfandi 	“Tempatnya seru dekat sama pantai”
Afifa Mardatila 	“Adem, enak buat nyantai dan langsung liat pandai depannya dong”
Budi Permadi 	“Kopi Pagi favorite baru cozy cofffee house with a tasty coffe”
Nora Putri 	“lelet”
Alfis Kurnia 	“satu kata, pelayan lama”
Nurkhois Ahmad 	“pelayanan sangat sangat dan sangat buruk”

Kurnia Rahma  Kurnia Rahma Local Guide · 25 ulasan · 1 foto ★★★★★ 2 bulan lalu Sampah2 pantainya diperatiin yaa 👍 ➦	“sampah-sampah pantainya diperhatiin ya”
M Aqil Rahmi  M aqil rahmi 1 ulasan ★☆☆☆☆ 3 bulan lalu Pelayanan nya tdk ramah 👍 ➦	“pelayanan nya tidak ramah”
Ncha kun  ncha kun 1 ulasan ★★★★★ baru saja BARU Bagus cuma kalo siang nya panas.. 👍 ➦	“bagus cuma kalo siangnya panas”

Tabel Ulasan Web Pengunjung Kafe Kopi Pagi
Sumber: Dokumentas Pribadi 2020

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 yang penulis uraikan diatas, dapat dilihat bahwa 7 dari 10 pengunjung memberikan ulasan yang kurang baik dengan menunjukkan persentase 70%, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di kafe Kopi Pagi”**

B. Identifikasi Masalah

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

1. Rendahnya persentase *seat turn over* (pergantian kunjungan) di kafe Kopi Pagi Padang.
2. Turun naiknya tingkat kunjungan konsumen.
3. Banyaknya persaingan bisnis kafe.
4. Temperatur suhu yang panas di siang hari.
5. Beraneka ragam selera konsumen berdasarkan kepribadian.
6. Karakteristik konsumen yang berbeda.
7. Keluhan tamu tentang pelayanan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti perlu pembatasan masalah yaitu pembahasan yang berkaitan dengan pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe Kopi Pagi.

D. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana *Store Atmosphere* yang ada di kafe Kopi Pagi?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen di kafe Kopi Pagi?

3. Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe Kopi Pagi?

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 *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe Kopi Pagi.

2. Tujuan Khusus:

- a. Mendeskripsikan tentang *Store Atmosphere* yang ada di kafe Kopi Pagi.
- b. Mendeskripsikan tentang keputusan pembelian konsumen di kafe Kopi Pagi.
- c. Menganalisis bagaimana pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian di kafe Kopi Pagi.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi pihak kafe Kopi Pagi Kota Padang

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak kafe Kopi Pagi mengenai pentingnya pengaruh *Store Atmosphere* terhadap minat pembelian konsumen dan dapat membantu kafe Kopi Pagi memilih strategi yang efektif untuk menarik keputusan pembelian konsumen khususnya mahasiswa UNP.

2. Bagi Penulis

Dapat menerapkan teori dan memperdalam pengetahuan dalam strategi yang efektif untuk menarik minat pembelian konsumen.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Dapat menjadi acuan dan referensi untuk peneliti yang akan mengambil konsep dengan penelitian yang sama.

4. Bagi Jurusan Pariwisata UNP

Dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi aktivitas akademik.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada BAB sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Kopi Pagi Kota Padang dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Variabel X (Store Atmosphere) dari indikator yang sudah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 68,75% berada pada $\geq 88,05$ termasuk kategori sangat baik.
2. Variabel Y (Kepuasan Tamu) dari indikator yang sudah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 48,96% berada pada $\geq 55,95$ termasuk kategori sangat baik.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Kopi Pagi Kota Padang sebesar 38,2% sedangkan 61,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

B. Saran

1. Pihak Manajemen Kafe Kopi Pagi

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa indikator yang masih perlu diperbaiki untuk pengelola seperti pada indikator interior display, pihak kafe bisa memperbaiki dekorasi dinding agar terlihat menarik dan petunjuk arah yang jelas. Lalu pada indikator store layout, pihak kafe dapat memperbaiki tata letak *furniture*

yang ada di kafe. Pada variabel keputusan pembelian, terdapat beberapa indikator yang juga perlu diperbaiki yaitu, evaluasi alternatif dan perilaku pasca pembelian, pihak kafe perlu memperhatikan kepuasan pengunjung terhadap suasana dan pelayanan yang diberikan.

Bagi Manajemen Kafe Kopi Pagi disarankan untuk lebih terus meningkatkan dan mempertahankan suasana (*Atmosphere*) yang menarik minat konsumen misalnya memperhatikan desain, tata ruang, suara, warna, dan bentuk Kafe. Apabila *Store Atmosphere* dapat diterapkan dengan sangat baik maka konsumen akan merasa puas. Lebih memperhatikan *store atmosphere* pada *interior display* untuk diperbaiki, seperti dengan memperbaiki dekorasi dinding, membuat buku menu yang mudah dipahami konsumen, desain menu yang lebih menarik dan tanda petunjuk untuk arah fasilitas seperti musholla dan toilet diperjelas.

2. Kepada Jurusan Pariwisata dan Perhotelan

Penelitian ini menjadi bahan untuk menambah wawasan materi dalam pembelajaran kepada mahasiswa/i dalam menambah ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak yang terkait dan juga bisa dijadikan tambahan materi bahan pembelajaran

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain untuk menjadi acuan dalam penelitian yang mendatang, juga disarankan untuk mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian di Kafe Kopi Pagi Kota Padang karena masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi Keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Berman dan Evan. 2012. *Retail Management*. Jakarta; Pearson.
- Dharmmesta, dan T Hani Handoko. 2013. "Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen".
- Fandy Tjiptono. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi,
- Gilbert. 2013. *Retail Marketing Management*. Second edition, prentice hall.
- <https://repository.widyatama.ac.id>
- <https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian>
- Hutauruk, Melin Meidina, (2012), *Pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen chirurgie café dan books Medan. Universitas Sumatera Utara.*
- Kotler, dan Keller. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta. Erlangga
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Emban Raya
- Muhammad, Arif. 2018. SKRIPSI. *Pengaruh Atmosfer, Lokasi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*. Medan.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sitompul, Henni Marlina. 2017. Proposal Skripsi. *Pengaruh Store Atmosphere (suasana toko) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Q di Perumahan Zeqita Jl. Jamin Ginting KM. 12,5 Medan.*
- Tambusai, Suci Rizka Khairuna, (2011), Universitas Sumatera Utara. *Pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada kongbox café Medan.*
- Tarigan dan Henry Guntur. 2013. *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa