

**PENGARUH SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pelanggan Kopi Studio 24 Cabang Soekarno Hatta)**

Linda Tri Astuti, Ratna Nikin Hardati, Daris Zunaida

*Program Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang
Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Dinoyo, Malang, 65144, Indonesia
Email: lindatri098@gmail.com*

ABSTRAK

Peneliti melakukannya sebagai pengetahuan mengenai apakah variabel suasana toko serta kualitas pelayanan berdampak dengan parsial juga simultan kepada keputusan pembelian pada pelanggan Kopi Studio 24 Cabang Soekarno Hatta. Pengaplikasiannya menggunakan jenis kuantitatif, yang mana teknik mengumpulkan data yakni dengan pemanfaatan media kuesioner. Populasi berupa pelanggan Kopi Studio 24 Soekarno Hatta. Hasil studi ini diketahui akan item suasana toko (X1) berdampak kepada keputusan pembelian (Y) pada pelanggan Kopi Studio 24 Cabang Soekarno Hatta. Variabel kualitas pelayanan (X2) berdampak kepada keputusan pembelian (Y) pada pelanggan Kopi Studio 24 Cabang Soekarno Hatta. Hasil uji F mendapati terdapat dampak dari item independen (suasana toko juga kualitas pelayanan) dengan simultan kepada item dependen (keputusan pembelian), mengakibatkan H_a diterima serta H_o ditolak. pengujian koefisien determinasi mendapati bahwa hasil adjusted R square senilai 0,310, bermakna semua item bebas yakni suasana toko (X1) serta kualitas pelayanan (X2) punya keikutsertaan dengan bersamaan senilai 31% kepada item keputusan pembelian (Y). Dan untuk sisa nilai senilai 69% didampaki dari item lain yang tak termasuk pada studi ini.

Kata Kunci: Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The researcher did this to gain knowledge about whether store atmosphere variables and service quality have a partial or simultaneous impact on purchasing decisions for customers of Kopi Studio 24 Soekarno Hatta Branch. The application uses a quantitative type, where the technique for collecting data is by using questionnaire media. The population consists of Kopi Studio 24 Soekarno Hatta customers. The results of this study show that the shop atmosphere item (X1) has an impact on purchasing decisions (Y) for Kopi Studio 24 Soekarno Hatta Branch customers. The service quality variable (X2) has an impact on purchasing decisions (Y) for Kopi Studio 24 Soekarno Hatta Branch customers. The results of the F test found that there was an impact from the independent items (store atmosphere and service quality) simultaneously on the dependent item (purchasing decision), resulting in H_a being accepted and H_o being rejected. Testing the coefficient of determination found that the adjusted R square result was 0.310, meaning that all independent items, namely store atmosphere (X1) and service quality (X2) had a simultaneous contribution of 31% to the purchasing decision item (Y). And the remaining 69% of the value was impacted by other items not included in this study.

Keywords:. Store Atmosphere, Service Quality, Purchasing Decisions

Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha saat ini banyak bermunculan produk-produk yang membawa berbagai keunggulan dan keunikan dari masing-masing produk tersebut. Kota Malang, sebagai kota yang maju dan berkualitas dikenal dengan julukan kota pelajar, memiliki potensi sebagai lahan penghasil keuntungan para pengusaha dan peminat bisnis kuliner. Baik itu usaha makanan seperti tempat makan, cafe dan berbagai macam jenisnya lainnya.

Sebagian besar mahasiswa tinggal di Kota Malang, sehingga dengan banyaknya aktivitas yang mereka lakukan di perkuliahan membuat banyak mahasiswa lelah memikirkan berbagai kegiatannya. Banyak mahasiswa yang memiliki hobi nongkrong untuk *healing*, tempat kumpul maupun pengerjaan tugas dengan berkumpul di café-café dan yang paling utama tersedianya wifi dengan live music yang menarik. Begitu banyak pengusaha muda telah mendirikan restoran dan cafe di Kota Malang.

Menurut pra survey yang dilakukan pada mahasiswa yang disekitar Soekarno Hatta, cafe

yang sering dikunjungi pelanggan di daerah Soekarno Hatta mendapati bahwa sebanyak 31,7% memilih nako cafe, 30,7% memilih sebelas duabelas coffe, 22,8% memilih rilo cafe dan 14,9% memilih Kopi Studio 24 Soekarno Hatta. Responden berpendapat bahwa cafe yang paling sedikit dikunjungi oleh pelanggan yakni Kopi Studio 24 Soekarno Hatta.

Selain itu, menurut pra survey yang dilakukan pada mahasiswa yang disekitar Soekarno Hatta, alasan pelanggan tidak mengunjungi Kopi Studio 24 Soekarno Hatta yakni karena kualitas pelayanan senilai 37%, suasana toko senilai 30%, harga 11%, kualitas produk 13%, dan 9% dipengaruhi oleh faktor lain. Sehingga berdasarkan data tersebut, faktor yang mempengaruhi pelanggan tidak mengunjungi Kopi Studio 24 Soekarno Hatta yakni di dominasi oleh kualitas pelayanan dan suasana toko.

Menurut Koesoemaningsi (2013) Proses pengambilan keputusan konsumen yakni proses langkah demi langkah yang digunakan konsumen ketika membeli suatu produk. Dengan kata lain keputusan yang dibuat sebab pelanggan berminat pada sebuah produk dan punya minat membeli atau memilikinya. Adapun yang diduga menjadi keputusan pembelian yakni suasana toko (*store atmosphere*) yang mendukung.

Suasana toko (*store atmosphere*) memiliki gaya, interior untuk menciptakan kenyamanan bagi pelanggan dan menciptakan suasana yang nyaman. Faktanya, banyak konsumen lebih memilih untuk makan di cafe daripada di rumah dengan alasan pembeli lebih berminat suasana toko (*store atmosphere*) dari cafe tersebut. Menurut Kotler (2005:89), "*Store atmosphere* (suasana toko) yakni suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan dapat menarik konsumen untuk membeli dan merasa puas". Pemandangan, suara, aroma, dan pencahayaan cafe berkontribusi banyak pada citra yang diproyeksikan ke konsumen. Lokasi sebuah cafe, jika ditempatkan pada tempat yang tepat dan benar, akan menarik minat konsumen untuk mengunjungi cafe tersebut. Selain luas ruangan restoran, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang diperhatikan konsumen ketika datang ke restoran tersebut.

Menurut pra survey yang dilakukan pada mahasiswa yang disekitar Soekarno Hatta, remaja saat ini lebih memilih suasana cafe dibanding suasana warung karena suasana cafe sangat mendukung untuk mengerjakan tugas, nongkrong, yang menyediakan tempat spot foto, makanan dan minuman di cafe juga lebih praktis dan higienis.

Kotler dan Keller (2008:50), kualitas pelayanan yang fokus pada pemenuhan permintaan dan menjamin ketepatan pengiriman dalam rangka menyeimbangkan permintaan konsumen. Hal ini yakni pelayanan kepada konsumen untuk mendapatkan kepuasan dan kebutuhan konsumen

pada suatu tempat seperti cafe. Kualitas layanan merangsang konsumen untuk menentukan pemilihan cafe yang akan didatangi.

Kopi Studio 24 yakni sebuah kedai kopi yang ada di Kota Malang. Letak yang strategis berada di pusat kota tepatnya di Ruko Semanggi Timur Kav 8B Jalan Soekarno-Hatta, Jatimulyo, Lowokwaru, Malang. Berdasarkan hasil observasi awal menunjukkan bahwa suasana cafe kurang menarik dibandingkan dengan cafe lainnya terutama pada penempatan perlengkapan seperti tempat untuk mengorder makanan terlalu besar sehingga menyebabkan ruangan terkesan sempit, selain itu pemilihan desain dengan tema gelap terang membuat suasana toko terkesan redup dan kurang menarik untuk dijadikan tempat berfoto. Kurangnya kualitas pelayanan dari karyawan dalam melayani peminat sehingga mendapati para konsumen menunggu terlalu lama. Hal ini merupakan sesuatu yang menarik sehingga peneliti menjadikan Kopi Studio 24 Soekarno Hatta sebagai objek studi.

Penguraian latar belakang tersebut peneliti punya ketertarikan untuk meneliti studi dengan judul "Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kopi Studio 24 Cabang Soekarno Hatta)".

Rumusan Masalah

1. Apakah Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Studio 24?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Studio 24?
3. Apakah Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Studio 24?

Tujuan Penelitian

Tujuan studi ini untuk mengetahui sebagai berikut:

1. Menjelaskan pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Studio 24.
2. Menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Studio 24.
3. Menjelaskan pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Studio 24.

Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Berharap hasil studi ini bisa diaplikasikan agar memperkaya pengetahuan di bidang manajemen pemasaran yang berfokus pada store atmosfer serta kualitas pelayanan atau sebagai bahan perujuk tambahan dalam pengembangan

konsep, teori dan data terkait store atmosfer, kualitas, jasa dan konsumen.

b. Manfaat Praktis

Hasil studi ini bisa menjadi perujukan untuk studi selanjutnya dan berharap studiselanjutnya dapat memperbaiki dan mengatasi kelemahan yang ada.

Tinjauan Pustaka

Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan suatu proses pemuasan kebutuhan dan keinginan individu dan kelompok melalui pertukaran dan kegiatan pelaku komersial melalui alat pemasaran, yaitu perancangan konsep, penetapan harga dan distribusi produk, barang dan jasa.

Suasana toko (*Store Atmosphere*)

Suasana toko (*store atmosphere*) merupakan perancangan atau desain toko perancangan atau desain suatu toko punya keinginan supaya ada kenyamanan bagi konsumen. Berfungsi sebagai memunculkan suasana toko yang nyaman bagi konsumen dan membuat konsumen ingin tetap berada di toko, yang secara tak langsung menggait pelanggan agar terciptanya transaksi.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki makna yakni proses pemenuhan sebuah kebutuhan bagi konsumen untuk mengimbangi keinginan-keinginannya.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yakni proses penyimpulan hasil keputusan konsumen yang digunakan sebagai pembelian sebuah produk dan penetapan dari pilihan yang dirasa banyak keuntungan bagi mereka.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Peneliti mengaplikasikan metode dengan teknik kuantitatif. Dikarenakan sudah terpenuhinya unsur-unsur ilmiah seperti spesifik, obyektif, terukur, wajar dan sistematis.

Lokasi Penelitian

Lokasi studi berada di Kopi Studio 24 yang terletak pada Ruko Semanggi Timur Kav 8B Jalan Soekarno Hatta, Jatimulyo Lowokwaru, Malang. Pemilihan lokasi studi berdasarkan observasi awal bahwa suasana cafe kurang menarik dibandingkan dengan cafe lainnya terutama pada penempatan perlengkapan dan pemilihan desain selain itu kurangnya kualitas pelayanan karyawan terhadap konsumen.

Populasi dan Sampel

Yang dimanfaatkan sebagai populasi dalam studi ini yakni semua karakteristik yang berhubungan dengan objek studi yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti dalam hal ini yakni pelanggan Kopi Studio 24 Soekarno Hatta.

Penentuan sampel dalam studi ini mengaplikasikan rumus Lemeshow (1997), disebabkan dari kuantiti populasi tak diketahui.

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

Maka didapati hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam studi ini yakni 96 responden yang dibulatkan sehingga menjadi 110 responden.

Karakteristik responden pada studi ini yakni sebagai berikut:

1. Responden yang pernah melakukan pembelian pada Kopi Studio 24 Soekarno Hatta.
2. Responden merupakan pelanggan Kopi Studio 24 Soekarno Hatta.

Variabel Penelitian

Pada studi ini terdapat tiga variabel yakni Suasana Toko juga Kualitas Pelayanan serta Keputusan Pembelian. Yang mana terdapat dua jenis variabel, diantaranya: item bebas berupa Suasana Toko (X1) juga Kualitas Pelayanan (X2), serta item terikat berupa Keputusan Pembelian (Y).

Sumber Data

Pada studi ini sumber data yang dimanfaatkan yakni data primer juga data sekunder. Pada studi ini data primer didapati dari kuisisioner yang didistribusikan kepada pelanggan Kopi Studio 24 Soekarno Hatta. Sedangkan data sekunder didapati dari studi terdahulu.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dengan memanfaatkan teknik berikut:

Kuesioner, Pada studi ini pertanyaan yang ditujukan kepada responden yakni pertanyaan seputar suasana toko, kualitas pelayanan serta keputusan pembelian yang kemudian jawaban atau data dari responden akan diolah oleh peneliti.

Selain itu peneliti juga memanfaatkan teknik dokumentasi, yang berasal dari Kopi Studio 24 Soekarno Hatta untuk menunjang studi. Dokumen yang dibutuhkan berupa gambar.

Teknik Analisis Data

Metode penganalisaan data yang diaplikasikan pada studi ini yakni:

1. Uji Instrumen

Uji validitas diaplikasikan sebagai alat pengukur valid tidaknya sebuah angket. Dalam

studi ini, peneliti mengaplikasikan rumus korelasi Product Moment dari Pearson.

Uji reliabilitas diaplikasikan sebagai alat pengukur konsistensi hasil dari perhitungan kuesioner dengan penggunaan yang diulangi. Dan dalam studi ini mengaplikasikan rumus Alpha Cronbach.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas diaplikasikan sebagai alat mendeteksi akan model regresi item-item residual terdistribusi normal. Alat menguji normalitas residual yakni uji statistik non parametrik Kolmogorov – Smirnov (K-S) yakni uji 1 sampel.

Uji multikolinearitas yakni diaplikasikan sebagai pengujian dari model regresi didapati adanya korelasi dari variabel bebas. Untuk mendapati adanya multikolinieritas yakni menggunakan besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance

Uji heteroskedastisitas diaplikasikan sebagai alat pemeriksa akan sebuah model regresi terdapat perbedaan varians dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Untuk mengetahui ada tidaknya dimanfaatkannya uji Glejser.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda diaplikasikan sebagai penjelasan koneksi serta dampak akan item bebas kepada item terikat. Dalam studi ini penganalisaan dimanfaatkna sebagai pengetahuan akan interaksi dari keputusan pembelian dengan suasana toko juga kualitas pelayanan.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

4. Uji Hipotesis

Uji-t, diaplikasikan sebagai pengetahuan akan dampak dari item independen kepada item dependen. Pengujian data secara parsial dari studi ini mengaplikasikan taraf signifikansi 0,05.

Uji F yakni pengaplikasian goodness of fit (uji kelayakan model) sebagai pengetahuan akan seluruh item independen yang ada pada persamaan dengan beberengan punya dampak pada item dependen. Pengujianny dengan perbandingan nilai F- statistik bersama nilai F-tabel menggunakan signifikansi tertentu.

Koefisien determinasi (R²) sebagai alat pengukur seberapa jauh item bebas bisa mendefinisikan variasi item terikat, dari segi parsial juga simultan.

Pembahasan

Kopi Studio 24 yakni kedai kopi yang hadir di tengah pesatnya pertumbuhan kafe di kota Malang. Kopi Studio memiliki toko cabang dan cabang home kitchen, termasuk Kopi Studio 24 Soekarno-Hatta.

Pemaparan hasil yang telah dilakukan bahwa studi keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen dan suasana toko (X1), kualitas pelayanan (X2) sebagai item independen. Didapati hasilnya secara parsial variabel ini membuktikan memiliki hasil positif akan keputusan pembelian. Dan variabel ini secara simultan berdampak pada keputusan pembelian.

1. Pengaruh Suasana Toko (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil studi mendapati item Suasana Toko (X1) berdampak signifikan kepada keputusan pembelian Kopi Studio 24. Suasana Toko dapat meningkatkan keputusan pembelian. Data didapati dari jawaban responden yakni pelanggan Kopi Studio 24 Soekarno Hatta. Hasil Uji t didapati sig. 0,001 kurang dari 0,05 atau t hitung > t tabel senilai 3,329 > 1,98238. Hasil pengujian mendapati H_a diterima bermakna terdapat pengaruh secara parsial.

Utami (2017:322) Suasana Toko yakni kombinasi fitur toko fisik seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, tampilan, warna, suhu, musik, dan selera yang menciptakan gambaran umum di benak konsumen. Hasil studi ini menyatakan, pelanggan banyak yang tertarik dengan suasana toko pada Kopi Studio 24 karena menyediakan konsep kopi dengan tema yang modern. Dengan konsep tersebut dapat menarik pelanggan karena pelanggan merasa nyaman dengan tema modern untuk mengerjakan tugas atau nongkrong dan cocok untuk dijadikan tempat berfoto.

Hasil studi ini beriringan akan teori Berman and Evans (2014:462) yang menyatakan bahwa Suasana upaya penting dari toko dan dapat memunculkan efek sensorik superior yang diciptakan oleh desain toko. Oleh karena itu, toko harus menciptakan suasana terencana yang sesuai dengan target pasarnya dan dapat menarik konsumen untuk membeli dari toko tersebut. Bermakna, Kopi Stuido 24 yang menyediakan sebuah konsep desain toko kopi dengan tema yang modern, sudah tepat dengan sasaran yang dituju, sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil studi ini sejalan dengan hasil studi Yumi Febiola Merentek, dkk (2017). Dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan

Pembelian pada KFC Bahu Mall Manado yang menyatakan yakni Suasana Toko yang punya dampak signifikan kepada keputusan pembelian di KFC Bahu Mall Manado.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil studi mendapati item kualitas pelayanan (X2) berdampak pada keputusan pembelian Kopi Studio 24 Soekarno Hatta. Data didapati dari jawaban responden yakni pelanggan Kopi Studio 24 Soekarno Hatta. Hasil Uji t mendapati sig. 0,000 kurang dari 0,05 atau t hitung > t tabel senilai 5,357 > 1,98238. Hasil penganalisaan mendapati Ha diterima bermakna terdapat pengaruh secara parsial.

Menurut Tjiptono (2002:59) kualitas pelayanan (service quality) merupakan memenuhi apa yang wajib dipenuhi serta kemauan pembeli juga efiseinsi penyampaian sebagai bahan pertimbangan keinginan pembeli. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan kepada keputusan pembelian Kopi Studio 24. Dari hasil studi pelanggan banyak tertarik dengan kualitas pelayanan Kopi Studio 24 karena dilengkapi dengan layar monitor menu agar mudah terlihat konsumen. Dengan adanya layar monitor menu dapat memudahkan pelanggan untuk memilih menu meskipun masih dalam antrian, hal tersebut dapat mempersingkat waktu saat pemesanan makanan atau minuman di kasir.

Hasil studi ini bedasarkan atas teori Kotler dan Armstrong (2012: 681) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yakni kebaikan sebuah karakter dari produk untuk menciptakan upaya sebagai bahan pemuasan kebutuhan baik itu langsung juga tak langsung. Bermakna, dengan adanya karakteristik pada Kopi Studio 24 yang dilengkapi dengan layar monitor menu, dapat menunjang untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang berujung pada keputusan pembelian konsumen pada produk Kopi Studio 24.

Hasil studi ini beriringan dengan hasil studi yang dari Ni Kadek Dwi Yulian, dkk (2021). Berjudul Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung dengan pernyataan yakni Kualitas Pelayanan yang punya dampak signifikan pada keputusan pembelian pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung.

3. Pengaruh Suasana Toko (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan Uji F yang telah dianalisa, menyatakan suasana toko serta kualitas pelayanan secara berkesinambungan berdampak kepada keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan oleh nilai Fhitung>Ftabel (25.448>3.08) dan juga dilihat dari segi signifikan yakni $0,000 < 0,050$. Mendapati akan dengan simultan item suasana toko (X1) serta kualitas pelayanan (X2) dengan bersamaan berdampak pada keputusan pembelian (Y) yang bermakna, Ha diterima Ho ditolak. Dalam hal ini apabila suasana toko serta kualitas pelayanan meningkat mengakibatkan keputusan pembelian bisa meningkat juga.

Studi ini sejalan akan studi sebelumnya oleh Shafa Shinta Masriya dan Chaerudin (2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Café Terhadap Keputusan Pembelian Rai Raka Café di Kabupaten Karawang”. Diketahui bahwa masing-masing variabel suasana toko serta kualitas pelayanan berkesinambungan berdampak positif juga signifikan kepada keputusan pembelian.

4. Kontribusi Naik Turunnya Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Terikat (Y)

Koefisien determinasi (adjusted R2) didapati senilai 0.310 bermakna item terikat yakni keputusan pembelian (Y) dapat didefinisikan senilai 31% dari item bebas yakni suasana toko (X1) serta kualitas pelayanan (X2). Untuk sisanya 69% didampaki dari item lain yang tak diteliti oleh peneliti.

Kesimpulan

Collecting data pada studi ini yakni pemanfaatan pendistribusian angket kepada pelanggan Kopi Studio 24 Soekarno Hatta dengan 110 responden. Yang mana didapati hasil, yakni :

1. Hasil studi ini didapati item suasana toko berpengaruh signifikan kepada keputusan pembelian. Hasil Uji t menggunakan SPSS didapati sig. 0,001 kurang dari 0,05 atau t hitung > t tabel senilai 3,329 > 1,98238. Hasil pengujian mendapati Ha diterima bermakna terdapat pengaruh secara parsial. Pelanggan banyak yang tertarik dengan suasana toko pada Kopi Studio 24 karena menyediakan konsep kopi dengan tema yang modern.
2. Hasil studi ini didapati item kualitas pelayanan berpengaruh signifikan kepada keputusan pembelian. Hasil Uji t menggunakan SPSS didapati sig. 0,000 kurang dari 0,05 atau t hitung > t tabel senilai 5,357 > 1,98238. Hasil perhitungannya mendapati Ha diterima bermakna terdapat pengaruh secara parsial. Pelanggan banyak yang tertarik dengan kualitas

pelayanan Kopi Studio 24 karena dilengkapi dengan layar monitor menu agar mudah terlihat konsumen.

- Hasil studi ini didapati hasil uji F (simultan) yakni secara simultan suasana toko, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian Kopi Studio 24. Dengan nilai sig. senilai $0,000 < 0,05$ atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ senilai $25,448 > 3,08$. Hasil pengujian mendapati akan H_a diterima serta H_o ditolak.

Saran

Berdasarkan apa yang disimpulkan, peneliti memiliki berbagai saran yakni:

- Bagi Perusahaan**
Dapat diketahui melalui distribusi responden yang mendapati hasil terendah pada variabel suasana toko (X1) dengan pernyataan “Penentuan jenis keramik Kopi Studio 24 bernuansa gelap terang” senilai 3,49. Dalam hal ini perusahaan dapat meningkatkan suasana toko agar meningkatkan keputusan pembelian dengan menambahkan variasi hiasan pada dinding, yang akan berguna sebagai tempat berfoto para pelanggan.
Selain itu, dapat diketahui juga melalui distribusi responden yang mendapati hasil terendah pada variabel kualitas pelayanan (X2) dengan pernyataan “Kopi Studio 24 menyediakan layanan pesan antar” senilai 3,99. Dalam hal ini perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan lebih memfokuskan pelayanan pesan antar kepada pelanggan.
- Bagi peneliti selanjutnya**
Untuk peneliti di masa depan, peneliti mengharapkan agar menambahkan item yang baru karena dalam studi ini tingkat pengaruh variabel suasana toko dan kualitas pelayanan kepada keputusan pembelian yakni senilai 31% sedangkan 69% sisanya didampaki dari item lain yang tidak digunakan di studi ini. Serta diharapkan juga bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan indikator yang baru supaya bisa mendapati pola-pola yang lebih jelas mengenai masalah studi yang dilakukan.

Daftar Pustaka

Buku:

- Alma, Buchari. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Berman, Barry & Evans, Joel R. (2014). Retail Management. Edisi 12, Alih Bahasa Oleh Lina Salim. Jakarta : Pearson
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Koesoemaningsi, R. (2013). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap

Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi.

- Kotler dan Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2005). Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Levy, Michael dan Weitz, Barton A. 2012. Retailing Management (8th ed.) New York, America: McGraw-Hill/Irwinw-Hill/Irwin
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2008). Manajemen Pemasaran Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, H. (2006). Pemasaran Ritel. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Napitupulu, Sabar dan Nirwana Tapiomas. (2010). Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli Edisi Kedua. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco
- Ngatno. (2018). Manajemen Pemasaran Edisi 1. Semarang: EF Pres Digimedia
- Peter, Paul dan Olson, Jerry. (2000). Alih bahasa: Damos Sihombing, M.B.A. dan Peter Remy Yossi Pasia, M.B.A. Edisi 4. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Sinambela dan Chotim. (2020). Statistika Sosial. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sugiyono. (2013). Metode Studi Kuantitatif Kualitatif dan R&D . Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). Metode Studi Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Yogyakarta Majalah Info Bisnis, Edisi Maret. Tahun ke VI
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2005). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (Pemasaran Strategi Edisi 2). 2012. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Utami, C.W. (2017). Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal dan Studi Terdahulu:

- Marsella, Dinda Dwi, dkk. 2020. Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. Jurnal Jobman., Vol. 2 No. 4. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/294>. Diakses pada Februari 2023.
- Masriya, Shafa Shinta dan Chaerudin. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Cafe Terhadap Keputusan Pembelian Rai Raka Cafe Di Kabupaten Karawang. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 17 No. 2. <https://ejournal.unib.ac.id/Insight/article/view/23053>. Diakses pada Februari 2023.
- Merentek, Yumi Febiola, dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Bahu Mall Manado. Jurnal JE, Vol. 5 No. 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emb/article/view/17163>. Diakses pada Februari 2023.
- Prasetyo, Arief. 2021. Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Konsumen Produk Dazzle Di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta). Jurnal Manajemen, Vol. 1 No. 4. <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/di-arsip/article/view/607>. Diakses pada Februari 2023.
- Yuliani, Ni Kadek Dwi. 2021. Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung. Jurnal EMAS, Vol. 2 No. 1. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1416>. Diakses pada Februari 2023.

Internet:

Link akses Kuesioner:
<https://forms.gle/9n3n8s1GRvNqR1wU6>