

## **PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN KAMPUNG BAKAU KOTA KENDARI**

**Oleh:**

Muh Zabir Zainuddin<sup>1)</sup>,Kadek Elvy Susanti<sup>2)</sup>,Rasidin Utha<sup>3)</sup>

### **ABSTRAK**

Kota Kendari merupakan salah satu Kota di Sulawesi Tenggara. Sebagai Ibu Kota Provinsi yang kini mulai berkembang, laju pertumbuhan ekonomi serta perubahan teknologi dan informasinya semakin cepat. Hal ini menjadi salah satu factor pendorong terciptanya persaingan yang semakin ketat di dalam dunia bisnis dalam upaya menarik konsumen dan memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen.. Rumah makan Kampung Bakau merupakan salah satu wisata kuliner di pinggiran teluk Kota Kendari yang menawarkan kuliner beragam. Bahkan lokasinya bisa dijadikan spot – spot yang bagus untuk berfoto. Seperti spot foto pemandangan Masjid Al – Alam kebanggaan masyarakat Kota Kendari dan Sulawesi Tenggara ( Sultra ). *Store Atmosphere* yang nyaman dengan dekorasi yang unik dan menarik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi sebuah rumah makan yang membuat konsumen memutuskan untuk mengunjungi rumah makan tersebut. Bahkan tidak jarang konsumen akan mengunjungi suatu rumah makan hanya karena menyukai *store atmosphere* yang ditawarkan oleh rumah makan tersebut. Oleh karena itu pelaku bisnis kuliner dapat mendesain *store atmosphere* rumah makan sedemikian rupa untuk menciptakan rasa yang nyaman dan aman dalam diri konsumen sehingga konsumen akan mengambil keputusan pembeliannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada rumah makan kampung bakau kota kendari. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 23.0 for Windows. Penentuan jumlah sampel melalui teknik *purposive sampling*, sebanyak 54 responden. Hasil analisis membuktikan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

## **THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE ON PURCHASING DECISIONS AT RESTAURANT IN KAMPUNG BAKAU, KENDARI CITY**

### **ABSTRACT**

Kendari city is one cities in Sulawesi tenggara. As the capital of the provibce which is now strating to develop, the pace of economic growth and changes in technology and information are getting faster. The needs and desires of consumers the kampung bakau restaurant is one of the culinary tours on the outskirts of the bay of kendari city which offers a variety of culinary delight. Even the location can be used as good spots for taking pictures. Such as the photo spot for the view of the Al-Alam mosque, the pride of the people of kendari city and Sulawesi Tenggara. Store atmosphere that is comfortable with unique and attractive decoration will be the main attraction for a restaurant that makes consumers decide to visit a restaurant just because they like the store atmosphere and laugh. Therefore,culinary business people can design the restaurant's store atmospherein such a way as to create a sense of comfort and security in the early stages of consumers so that consumers will make purchasing decisions. This study aims to determine whether store atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions at the kampung bakau restaurant, kendari city. This study uses a simple linear regression data analysis technique using the SPSS version 23.0 for windows program. Determination of the number of sample through purposive sampling technique as many as 54 respondent. Analysis proves store atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions.

**Key Word :** Store Atmosphere, Purchase Decisions

## PENDAHULUAN

Bisnis merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dikerjakan oleh perusahaan untuk mencari laba atau keuntungan. Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia sudah semakin berkembang. Perkembangan bisnis tersebut juga di alami di Kota Kendari.

Kota Kendari merupakan salah satu Kota di Sulawesi Tenggara. Sebagai Ibu Kota Provinsi yang kini mulai berkembang, laju pertumbuhan ekonomi serta perubahan teknologi dan informasinya semakin cepat. Bisnis kuliner merupakan jenis usaha yang marak dan banyak yang ditawarkan di Kota Kendari mulai dari yang sangat sederhana sampai yang sangat unik dengan tampilan yang berbeda. Rumah makan Kampung Bakau merupakan salah satu wisata kuliner di pinggiran teluk Kota Kendari yang menawarkan kuliner beragam. Bahkan lokasinya bisa dijadikan spot – spot yang bagus untuk berfoto. Seperti spot foto pemandangan Masjid Al – Alam kebanggaan masyarakat Kota Kendari dan Sulawesi Tenggara ( Sultra ). Untuk tiba di lokasi Rumah Makan Kampung Bakau hanya memakan waktu sekitar 10 menit dari pusat Kota Kendari baik menggunakan kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat. Rumah Makan Kampung Bakau resmi dibuka sejak Maret 2018 dengan luas lokasi 1 Ha. Rumah Makan Kampung Bakau buka dari pukul 11. 00 Wita – pukul 21. 00 Wita. Perubahan gaya hidup, kebiasaan, selera dan tata cara dalam menikmati dan mengonsumsi makanan pada masyarakat perkotaan membuat para pelaku usaha kuliner melakukan strategi yang dapat mempengaruhi konsumen agar konsumen tersebut memutuskan membeli produk yang ditawarkan rumah makan tersebut. Namun saat ini *store atmosphere* ( suasana ) menjadi factor terpenting bagi konsumen dalam memilih tempat bersantap

### Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat yaitu sebagai berikut :

Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Kampung Bakau Kota Kendari.

### TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian *Store Atmosphere* menurut Utami ( 2006 : 238 ), *Store Atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music, dan wangi – wangan untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk memengaruhi pelanggan dalam membeli barang. *store Atmosphere* menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan.

Dalam istilah umum keputusan adalah penyeleksian tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan

yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan (Schiffman & Kanuk, 2004:21)

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing – masing alternatif tersebut sehingga dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2012:94)

Perubahan gaya hidup, kebiasaan, selera dan tata cara dalam menikmati dan mengonsumsi makanan pada masyarakat perkotaan membuat para pelaku usaha kuliner melakukan strategi yang dapat mempengaruhi konsumen agar konsumen tersebut memutuskan membeli produk yang ditawarkan rumah makan tersebut. Namun saat ini *store atmosphere* ( suasana ) menjadi faktor terpenting bagi konsumen dalam memilih tempat bersantap.

*Store Atmosphere* yang nyaman dengan dekorasi yang unik dan menarik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi sebuah rumah makan yang membuat konsumen memutuskan untuk mengunjungi rumah makan tersebut. Bahkan tidak jarang konsumen akan mengunjungi suatu rumah makan hanya karena menyukai *store atmosphere* yang ditawarkan oleh rumah makan tersebut. Oleh karena itu pelaku bisnis kuliner dapat mendesain *store atmosphere* rumah makan sedemikian rupa untuk menciptakan rasa yang nyaman dan aman dalam diri konsumen

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Kampung Bakau Jl. Buburanda, Anduonohu, Kec. Kambu Kota Kendari. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan juni 2021 sampai dengan juli 2021. Sampel dalam penelitian ini adalah para pengunjung Rumah Makan Kampung Bakau Kota Kendari yang berjumlah 54 responden.

### **Analisis Regresi Linear Sederhana**

Menurut Sugiyono (2014:270) persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

X : *Store Atmosphere*

a : Konstanta ( nilai tetap / terikat )

b : Angka arah / Koefisien Regresi

## Uji t ( Parsial )

Menurut Ghozali (2016 : 97) menyatakan bahwa uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variable independen secara individual dalam menerangkan variasi variable dependen. Pengujian t ini dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan criteria :

Jika t hitung > t table atau nilai (sig) <  $\alpha$  0,05 (uji dua sisi) maka

Ha diterima yang berarti berpengaruh positif

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini hasil Analisis Regresi Linear sederhana yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23.0 for windows dapat dilihat pada table berikut.

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.811	3.082		2.210	.032
Store_Atmosfer	.242	.056	.516	4.342	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, dapat dibuat model regresi sebagai berikut :

$$Y = 6.811 + 0,242 X$$

Keterangan :

- Berdasarkan tabel koefisien diatas, nilai koefisien konstanta (a) sebesar 6.811. Sedangkan koefisien variable bebas b sebesar 0,242 menunjukkan nilai positif artinya variable *Store Atmosphere* memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian .
- Nilai konstanta ( a ) sebesar 6.811 berarti bahwa jika *Store Atmosphere* sama dengan satu satuan, maka keputusan pembelian adalah sebesar 6.811 dengan asumsi variable lain adalah konstan.
- Nilai koefisien beta pada variabel *Store Atmosphere* ( X ) sebesar 0,242 yang berarti bahwa setiap tambahan pada variabel *Store Atmosphere* (X) akan mengakibatkan perubahan keputusan pembelian sebesar 0,242

## Uji Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini terkait *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Criteria pengambilan keputusan Jika t hitung > t table maka Hipotesis diterima.

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.811	3.082		2.210	.032
Store_Atmosfer	.242	.056	.516	4.342	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Dari table di atas dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 4.342 sehingga disimpulkan bahwa nilai t hitung > t table (2.00665) yang berarti *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian

### Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut : Berdasarkan hasil regresi dan uji t bahwa nilai t hitung > t table yang berarti *Store Atmosphere* berpengaruh positive dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan koefisien determinasi yang menunjukkan variable *Store Atmosphere* dapat menjelaskan keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian regresi linear sederhana bahwa menunjukkan arah positif yang artinya *Store Atmosphere* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yaitu Penelitian oleh Cundhamani Caraka Gana ( 2017 ) berjudul pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah makan Inggil di Kota Malang dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diajukan saran sebagai berikut.

1. Penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi referensi bagi Rumah Makan Kampung Bakau untuk mengukur bagaimana hubungan *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian
2. Diharapkan dilakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan variable *Store Atmosphere* dan keputusan pembelian . karena ada banyak hal yang dapat dikaji lagi pada variable yang diteliti, sehingga dapat memberikan masukan bagi pihak – pihak lain yang berkepentingan dan dapat memberikan masukan bagi perusahaan – perusahaan terkait.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang diharapkan lebih memperluas lagi dari penelitian sebelumnya baik variable maupun objek yang diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar. 2013. *Metode penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Berman, Barry dan Evans, Joel R. 2004. *Retail management A Strategic Approach*. Ninth Edition. New Jersey : Pearson Education International.
- Fandy, Tjiptono. 2012 *Strategi Pemasaran, Ed. 3*, Yogyakarta, Andi
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS)* Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair et al. (2010). *Multivariate data analysis*, Seventh Edition. Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jilid I. edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Mowen, Jhon C. dan Minor Michael. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga. 2003
- Oktaviani Achiril. Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen coffee toffee Jatim Expo Surabaya. *Jurnal*. 2011
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku konsumen*. Edisi ke Tujuh. Jakarta : Prentice Hall
- Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukadji, S. 2000. *Psikologi pendidikan dan psikologi sekolah*. Jakarta : Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku konsumen Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia. 2004
- Utami, Christina Widya. *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat. 2010
- Cundhamani Caraka Gana ( 2017 ) berjudul pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah makan Inggil di Kota Malang.
- Albertus Arif Prasetyo Nugroho ( 2017 ) berjudul pengaruh *Store Atmosphere* dan *Product Quality* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Kunena Eatery.
- Hikma Meladiya dan H. Setiyo Budiadi ( 2018 ) berjudul pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian di MC Donald's Basuki Rahmat Surabaya.