

Analisis Store Atmosphere Terhadap Minat beli di Kopi Keraton Cirebon

Nicolash Brandon Kusuma, Vishnuvardhana

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Bunda Mulia
nicbrankus@gmail.com

ABSTRACT

Kopi Keraton, located on Jalan Slamet Riyadi No. 9A, Sukapura, Kec. Kejaksan, Cirebon City West Java. It has a less store atmosphere but has a lot of visitors. The aim of this research is to see whether store atmosphere has an influence on buying interest. The research method used is a quantitative method, the population in this study are visitors to the Kopi Keraton coffee shop and consumers of the Kopi Keraton coffee shop itself. The sampling technique used is n probability sampling. The results of the research itself show that store atmosphere has an influence on buying interest from visitors and consumers from the Kopi Keraton coffee shop, therefore, Kopi Keraton needs to improve their store atmosphere so that visitors and consumers can feel more comfortable when in the coffee shop. the.

Keywords: store atmosphere, buying interest

ABSTRAK

Kopi Keraton, yang terletak di Jalan Slamet Riyadi No. 9A, Sukapura, Kec. Kejaksan, Kota Cirebon Jawa Barat. Memiliki *store atmosphere* yang kurang namun memiliki pengunjung yang terhitung banyak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap minat beli. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung dari kedai kopi Kopi Keraton dan konsumen kedai kopi Kopi Keraton itu sendiri. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Hasil penelitian itu sendiri menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap minat beli dari pengunjung dan konsumen dari kedai kopi Kopi Keraton, oleh karena itu, Kopi Keraton perlu untuk meningkatkan lagi *store atmosphere* mereka agar pengunjung dan konsumen dapat merasa lebih nyaman ketika berada di dalam kedai kopi tersebut.

Kata kunci: store atmosphere, minat beli

PENDAHULUAN

Saat ini, bisnis di sektor kuliner berkembang dengan cepat dan beragam. Perkembangan ini memiliki dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi dan kontribusi terhadap perekonomian negara. Sebagai pelaku pasar, para produsen memiliki strategi untuk terus menarik dan mempertahankan konsumen mereka. Dalam konteks kehidupan masyarakat modern, bisnis kuliner telah menjadi kebutuhan yang penting dan tidak terpisahkan dari gaya hidup, salah satu bisnis

sektor kuliner yang berkembang dengan cepat adalah *coffee shop* atau kedai kopi.

Coffee shop atau kedai kopi sekarang sudah dapat diaktakan menjadi bagian dari gaya hidup anak muda zaman sekarang. *Coffee shop* atau kedai kopi memiliki potensi untuk memberikan atmosfer yang unik, selain dari beragamnya pilihan menu, kebutuhan akan interaksi sosial menjadi salah satu faktor utama yang menarik banyak kaum muda untuk mengunjungi *coffee shop* atau kedai kopi. Oleh karena itu banyak orang yang membuka usaha bisnis *coffee shop* atau kedai kopi beberapa tahun belakangan.

Perkembangan kedai kopi di Indonesia dapat dikatakan berkembang dengan sangat pesat, hal tersebut didukung dengan penelitian independen dari Toffin yang dilaporkan oleh (iNews, 2019), pada bulan Agustus 2019, jumlah kedai kopi di Indonesia mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat secara signifikan dibandingkan dengan tahun 2016 yang hanya mencatat sekitar 1000 gerai.

Seiring dengan berjalannya waktu, *coffee shop* atau kedai kopi tidak sekadar menjadi tempat berkumpul bagi kaum muda, akan tetapi banyak yang menggunakan untuk mengerjakan tugas atau mengadakan diskusi terkait dengan kegiatan organisasi. Tujuan utama dari atmosfer *coffee shop* adalah menarik minat konsumen, dengan tujuan lainnya adalah mendorong konsumen untuk membeli. Jika suasana yang diciptakan oleh *coffee shop* diterima dengan baik oleh konsumen, maka kemungkinan besar tempat tersebut akan menjadi favorit untuk dikunjungi. Suasana *coffee shop* merupakan faktor penting bagi konsumen dalam menentukan minat beli.

Kopi Keraton sudah berdiri sejak tahun 2018, dan kini sudah berdiri selama 6 tahun, terletak pada Jalan Slamet Riyadi No. 9A, Sukapura, Kec. Kejaksan, Kota Cirebon Jawa Barat. Jam operasional dimulai jam 10.00 hingga jam 03.00. Berdasarkan ulasan dari Google, Kopi Keraton memiliki kopi yang enak, namun banyak yang merasa kurang nyaman dikarenakan pengunjung diperbolehkan untuk merokok di ruangan ber-AC, sehingga kurangnya sirkulasi udara dan dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi pengunjung yang tidak merokok dan kurang cocok untuk membawa anak kecil ke tempat tersebut, selain itu, tempat yang kurang besar sehingga tempat tersebut cepat penuh dan banyak orang yang mengantre, selain itu, dan toilet yang ada di Kopi Keraton termasuk kotor.

Selain masalah pada bagian dalam *coffee shop*, terdapat masalah pada bagian luar *coffee shop* juga, seperti lahan parkir yang sangat sempit, sehingga jumlah kendaraan yang dapat diparkirkan menjadi sangat terbatas, kemudian lokasi yang dekat dengan perlintasan rel kereta api, sehingga dapat menyebabkan kebisingan dan ketidaknyamanan bagi pengunjung ketika kereta api sedang lewat, setelah itu, dapat menyebabkan kemacetan pada daerah dekat kedai kopi Kopi Keraton, kemudian saat hujan hanya ruangan *indoor* saja yang dipakai, dikarenakan ruangan *outdoor* tidak memiliki penutup bagian atas untuk menahan air hujan.

Berdasarkan gambaran umum dan informasi yang ditemui oleh peneliti, maka peneliti mengambil judul “**Analisis Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Kopi Keraton Cirebon**”

METODE PENELITIAN

Dari pengertian tersebut subjek penelitian dari penelitian ini adalah pengunjung dari Kopi Keraton Cirebon dengan variabel minat beli yang akan diteliti.

Subjek penelitian merupakan tempat variabel melekat. Subjek penelitian adalah tempat dimana data untuk variabel penelitian diperoleh (Arikunto, 2010). Subjek dari penelitian yang dilakukan oleh penulis ini adalah pengunjung Kopi Keraton yang terletak di Jalan Slamet Riyadi No. 9A, Sukapura, Kec. Kejaksan, Kota Cirebon, Jawa Barat. Kopi Keraton merupakan kedai kopi yang sudah berdiri selama 6 tahun, mulai dari tahun 2018, didirikan oleh *owner* Okta Satya Prabowo. Kedai kopi ini menjual *food and beverages*, diantaranya: berbagai jenis olahan *coffee, non – coffee*, serta makanan berat dan makanan ringan, beroperasi dari jam 14.00 siang hingga jam 03.00 subuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas

Tabel 1. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	21

Berdasarkan tabel ini merupakan hasil uji reabilitas menggunakan SPSS, suatu data kuesioner dikatakan reliabel jika $\alpha > 0,70$ maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang dijadikan alat penelitian ini reliabel, dikarenakan nilai alfa sebesar 0,864.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	9.058	2.217		4.086	<,001		
	SumX1	.053	.121	.036	.439	.662	.637	1.569
	SumX2	.366	.098	.463	3.731	<,001	.276	3.624
	SumX3	.083	.123	.048	.676	.501	.832	1.202
	SumX4	.246	.105	.297	2.340	.021	.263	3.797

a. Dependent Variable: SumY

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai tolerance $> 0,10$ dan jika nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas, dan dari tabel di atas, nilai VIF adalah $< 10,00$ maka dari data kuesioner yang peneliti gunakan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.058	2.217		4.086	<,001		
	SumX1	.053	.121	.036	.439	.662	.637	1.569
	SumX2	.366	.098	.463	3.731	<,001	.276	3.624
	SumX3	.083	.123	.048	.676	.501	.832	1.202
	SumX4	.246	.105	.297	2.340	.021	.263	3.797

a. Dependent Variable: SumY

Pada tabel hasil perhitungan SPSS dapat dilihat bahwa nilai pada variabel X1, X3, dan X4 memiliki nilai >0,05 dan pada variabel X2 memiliki nilai <0,05, hal ini dapat disimpulkan bahwa pada variabel X1, X3 dan X4 tidak terjadi heteroskedastisitas dan pada variabel X2 terjadi heteroskedastisitas.

Uji T

Tabel 4. Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.058	2.217		4.086	<,001		
	SumX1	.053	.121	.036	.439	.662	.637	1.569
	SumX2	.366	.098	.463	3.731	<,001	.276	3.624
	SumX3	.083	.123	.048	.676	.501	.832	1.202
	SumX4	.246	.105	.297	2.340	.021	.263	3.797

a. Dependent Variable: SumY

- Pengujian hipotesis pertama (H1), diketahui nilai sig untuk pengaruh X1 dengan Y memiliki nilai sebesar 0.662, yang berarti >0,05 dan nilai t hitung sebesar 0,439 yang berarti memiliki nilai < t tabel 1,984 hal ini dapat disimpulkan bahwa H1 tidak dapat diterima yang berarti tidak terdapat hubungan antara variabel X1 terhadap variabel Y.
- Pengujian hipotesis kedua (H2), diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 dengan Y memiliki nilai sebesar <0,001 yang berarti >0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,731 yang berarti memiliki nilai > t tabel 1,984 hal ini dapat disimpulkan bahwa H2 dapat diterima yang berarti terdapat hubungan antara variabel X2 terhadap variabel Y.
- Pengujian hipotesis ketiga (H3), diketahui nilai sig untuk pengaruh X3 dengan Y memiliki nilai sebesar 0,501 yang berarti > 0,05 dan nilai t hitung sebesar 0,676 yang berarti memiliki nilai < t tabel 1,984 hal ini dapat disimpulkan bahwa H3 tidak dapat diterima yang berarti tidak terdapat hubungan antara variabel X3 terhadap Y.
- Pengujian Hipotesis keempat (H4), diketahui sig untuk pengaruh X4 dengan Y

memiliki nilai sebesar 0,21 yang berarti $> 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 2,340 yang berarti $> t$ tabel 1,984 hal ini dapat disimpulkan bahwa H_4 dapat diterima yang berarti terdapat hubungan antara variabel X_4 terhadap variabel Y .

Uji F

**Tabel 5. Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.591	4	64.148	35.142	<,001 ^b
	Residual	173.409	95	1.825		
	Total	430.000	99			

a. Dependent Variable: SumY

b. Predictors: (Constant), SumX4, SumX3, SumX1, SumX2

Pengujian hipotesis kelima (H_5), diketahui nilai signifikansi variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 terhadap variabel Y memiliki nilai sebesar $< 0,001$ dan nilai f hitung sebesar 35,142 yang berarti memiliki nilai $>$ dari pada f tabel 2,47 yang berarti dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H_5) dapat diterima yang artinya terdapat pengaruh pada variabel X secara simultan terhadap variabel Y .

Pembahasan

- Pengaruh *General Interior* (X_1) terhadap minat beli
Berdasarkan uji yang telah dibahas dan dianalisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *General Interior* (X_1) tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli, maka jika *general interior* diperbanyak, maka minat beli tidak akan bertambah, begitu pun sebaliknya jika *general interior* sedikit atau menurun, maka minat beli tidak akan menurun.
- Pengaruh *General exterior* (X_2) terhadap minat beli
Berdasarkan uji yang telah dibahas dan dianalisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *general exterior* (X_2) memiliki pengaruh terhadap minat beli, maka jika *general exterior* diperbanyak, maka minat beli juga akan bertambah, begitu pun sebaliknya jika *general exterior* sedikit atau menurun, maka minat beli juga akan sedikit atau menurun.
- Pengaruh *interior display* (X_3) terhadap minat beli
Berdasarkan dari uji yang telah dibahas dan dianalisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *interior display* (X_3) tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli, maka jika *interior display* diperbanyak, maka minat beli tidak akan bertambah, begitu pun sebaliknya jika *interior display* sedikit atau menurun, maka minat beli tidak akan menurun.
- Pengaruh *store layout* (X_4) terhadap minat beli
Berdasarkan dari uji yang telah dibahas dan dianalisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *store layout* (X_4) memiliki pengaruh terhadap minat

beli, maka jika *store layout* diperbanyak, maka minat beli juga akan bertambah, begitu pun sebaliknya jika *store layout* sedikit atau menurun, maka minat beli juga akan sedikit atau menurun.

- Pengaruh *General interior* (X1), *General Exterior* (X2), *Interior display* (X3), dan *store layout* (X4) terhadap minat beli (Y)

Berdasarkan uji uji yang telah dibahas dan dianalisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *General interior* (X1), *General Exterior* (X2), *Interior display* (X3), dan *store layout* (X4) memiliki pengaruh yang simultan terhadap minat beli (Y), maka jika bahwa *General interior* (X1), *General Exterior* (X2), *Interior display* (X3), dan *store layout* (X4) diperbanyak, maka minat beli (Y) juga akan bertambah, begitu pun sebaliknya jika bahwa *General interior* (X1), *General Exterior* (X2), *Interior display* (X3), dan *store layout* (X4) sedikit atau menurun, maka minat beli (Y) juga akan sedikit atau menurun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat penulis tarik dari hasil uji pada bab sebelumnya adalah:

1. Bahwa variabel *General Interior* (X1) dan variabel *Interior Display* (X3) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli (Y). Dan sebaliknya untuk variabel *General Exterior* (X2) dan variabel *Store Layout* (X4) memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli (Y).
2. Variabel *General Interior* (X1), *General Exterior* (X2), *Interior Display* (X3), dan *Store Layout* (X4) memiliki pengaruh yang simultan terhadap minat beli (Y).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diperoleh, penelitian dapat dikatakan berjalan dengan baik, namun, terdapat beberapa saran yang penulis harapkan dapat memberikan kemajuan pendidikan pada umumnya, berikut adalah beberapa saran yang penulis dapat berikan:

Saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Hendaknya pada penelitian selanjutnya lebih memperdalam mengenai indikator – indikator dari *store atmosphere* serta indikator dari minat beli itu sendiri.
2. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dalam proses pengumpulan data menggunakan teknik yang diperkirakan lebih optimal dalam memperoleh data yang diperlukan.

Saran untuk lokasi penelitian

1. Hendaknya pada tempat penelitian untuk memperluas tempat parkir, sehingga dapat mempermudah pada pengunjung lain yang menggunakan kendaraan lain selain motor untuk parkir.
2. Dan hendaknya pada tempat *outdoor* untuk diberikan atap sehingga pada saat hujan, pengunjung dapat duduk di tempat *outdoor* dan tidak rebutan tempat pada bagian *indoor*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Y. (2021). The Effect of Store Atmosphere (Store Mobile) and Location on Consumer Buying Interest In Building Store Sumber Intan In-Pulo Ampel District. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBIS)*, 1(2), 233–245.
- Aini, F. N., & Panjaitan, H. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BELIA COSMETIC (STUDI KASUS PADA KONSUMEN BELIA COSMETIC DI KECAMATAN GUBENG SURABAYA). *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(11), 11–20.
- Alifia, B., Kadunci, & Sofa, N. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Naga Swalayan Jatiasih Bekasi. *ISAS Publishing*, 6(2), 231–238.
- Anggriani, R., Anggrawan, A., & Cahyadi, I. (2020). Structural analysis of the equation model on store atmosphere towards hedonic value and consumer impulsive buying (Study at Majapahit Food Center). *Jurnal Varian*, 4(1), 61–70.
- Bisma, reindra prasista, & Hadi, effed darta. (2024). Reslaj Religion Education Social Laa Roiba Journal Sarjanawiyata Tamansiswa Reslaj Social Laa Roiba Journal. *Reslaj* : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 5(1), 168–184. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i4.752>
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.33087/eksis.v11i1.177>
- Dasmadi, D. (2022). The Effect of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Purchase Decisions on Consumers of the Damandiri Cafe. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2654–2657.
- Faulia, F., Herfianti, M., & Prawitasari, A. (2021). The Influence of the Atmosphere and the Location on Consumer Buying Interest in Kampung Kecil Restaurant of Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(4), 435–442.
- Febrianti, R., & Sutrisna, E. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Penetapan Harga Dan Pelaksanaan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Six Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4326–4344.
- Gunawan, I., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen pada WR. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.114>

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3968 – 3975 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3138

Haryani, D. S., Shena, A. R., Sandra, E., & Fauzar, S. (2024). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Samanko Tanjungpinang. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(8), 1–12.

<https://junaidichaniago.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/04/tabel-f-0-05.pdf>

<https://rumushitung.com/2013/01/23/tabel-t-dan-cara-menggunakannya/>
<https://sekolahstata.com/r-tabel/>

Liu, wei and Liu, W. (2015). Journal of Arts & Humanities Media Addiction. *Journal of Arts & Humanities*, 04(02), 01–10.

Nawari, N., & Marianto, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online Di Lamongan. *Humanis*, 12(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.52166/humanis.v12i2.1968>

Pradana Perkasa, R., Firdaus, M., & Pudjanarso, A. (2021). Impact of Service Quality, Atmosphere of Store, Price and Word of Mouth on Purchase Decisions in Swiwings, Jember. *MBA - Journal of Management and Business Application*, 4(1), 399–406. <https://doi.org/10.31967/mba.v4i1.425>

Pratiwi, Y., Mega, S. W., & Ambarwati, D. (2023). PENGARUH SERVICE QUALITY DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SAMUDRA SUPERMARKET KEDIRI. *Musyitari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 1(2), 10–20.

Sari, E. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie Café Pekanbaru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 73–80.