

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN SUASANA CAFÉ TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERIODE 2023-2024 DI THE MOON CAFÉ

Agung Bagus Prasetyo¹, Diandra Ameliayani², Fathan Nur Anzhari³

^{1,2,3}Universitas Pelita Bangsa

agungprasetyo3725@gmail.com¹, diandraamell@gmail.com², fathan889910@gmail.com³

Abstract

Purpose. "in this study is to determine the effect of Price and Cafe Atmosphere on Purchasing Decisions at The Moon Cafe. There are two independent variables in this study, namely Price (X1) and Atmosphere (X2) and one dependent variable, namely Purchase Decision (Y). The number of samples is 100 respondents of The Moon Cafe consumers and data analysis using SPSS software version 25. The tests conducted in this study are validity test, reliability test, regression equation test, correlation coefficient test (r), determination coefficient test (R2), normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, t test (partial), f test (simultaneous) and dominance test. The results of this study are that the Price variable partially has a positive and significant effect, the Atmosphere variable partially has a positive and significant effect. The results of the simultaneous test (F) show that Price and Atmosphere simultaneously have a positive and significant effect on Purchasing Decisions at The Mood Cafe. It is recommended that the owner of The Mood Cafe can make some additional improvements in lighting and background color to make it brighter and more comfortable in the eyes of consumers or cafe visitors. Because there are shortcomings of The Mood Cafe, namely lack of lighting and inappropriate background colors, this is proven from 100 respondents, 3 stated that they strongly disagreed, 39 stated that they disagreed and 15 stated that they did not agree with the lighting and background colors at The Mood Cafe.

Keywords: Price, Atmosphere, Purchasing Decisions.

Abstrak

Tujuan. "dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga dan Suasana Cafe Terhadap Keputusan Pembelian Pada The Moon Cafe. Terdapat dua variabel bebas dalam penelitian ini ialah Harga (X1) dan Suasana (X2) dan satu variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Jumlah sampel 100 responden konsumen The Moon Cafe serta analisis data menggunakan software SPSS versi 25. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji persamaan regresi, uji koefisien korelasi (r), uji koefisien determinasi (R2), uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji t (parsial), uji f (simultan) dan uji dominan. Hasil dalam penelitian ini yaitu variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan, variabel Suasana secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Hasil dari uji simultan (F) menunjukkan bahwa Harga dan Suasana secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada The Mood Cafe. Disarankan agar pemilik dari The Mood Cafe dapat melakukan beberapa perbaikan tambahan dipencapaian dan warna latar agar lebih terang dan dan nyaman dimata konsumen atau pengunjung cafe. Sebab terdapat kekurangan dari The Mood Cafe yaitu kurang pencahayaan dan warna latar tidak sesuai, hal ini dibuktikan dari 100 responden 3 menyatakan sangat tidak

setuju, 39 menyatakan tidak setuju dan 15 menyatakan kurang setuju pada pencahayaan dan warna latar di The Mood Cafe.

Kata Kunci : Harga, Suasana, Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dagang maupun jasa. Mempertahankan keunggulan, dan meningkatkan kualitas produk dan jasa dengan menggunakan strategi pemasaran yang menarik dan harga yang sesuai di mata konsumen adalah cara mempertahankan hidup usaha mereka. Selain itu kualitas pelayanan, dan suasana juga merupakan hal penting untuk mempertahankan usaha mereka. Manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan.

Salah satu bisnis yang menghadapi persaingan ketat ialah bisnis cafe. Cafe telah menjadilah satu tempat nongkrong favorit dan menjadipemandangan sehari-hari khususnya bagi kalangan anak muda. Dengan banyaknya cafe yang ada membuat konsumen berekspektasi lebih, sehingga pemilik harus berusaha lebih untuk memikirkan apa yang diinginkan konsumen agar konsumen loyal dan kembali lagi.

Harga adalah segala sesuatu yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan segala keuntungan yang ditawarkan oleh pemasaran. Melalui harga yang ditawarkan oleh perusahaan berupa produk barang maupun jasa yang ditawarkan, maka konsumen dapat menentukan minat beli produk. Harga dapat menunjukkan kualitas merek suatu produk atau jasa, dengan kata lain penentuan harga menghadirkan pandangan tertentu terhadap hal kualitas.

Suasana cafe adalah salah satu faktor penting yang menunjang bisnis cafe dimana atmosfer yang ada membuat konsumen merasa nyaman dan berbeda di setiap cafe yang mereka datangi. Atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Atmosfer didalam sebuah cafe dapat mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen sehingga dapat terjadi proses pembelian. Suasana cafe yang tercipta melalui eksterior dan interior, suara atau gemuruh, musik, penerangan lainnya pada akhirnya membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen.

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan kepuasan dan keinginan, pencarian informasi, penialaian sumber-sumber informasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian. Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya merupakan suatu perilaku pembelian seseorang dalam menentukan pilihan suatu produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu Cafe yang menarik perhatian saya adalah The Mood Cafe yang terletak di Lppo Cikarang. Cafe ini memiliki suasana yang bagus karena bisa melihat pemandangan live musik. Cafe ini juga menyediakan proyektor untuk pengunjung yang ingin menonton bola dan lain sebagainya, serta menu yang ada di The Moon Cafe beragam dan harganya terjangkau

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Oleh karena itu, pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menemukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Harga

Dalam suatu produk terkandung nilai ekonomis yang pada umumnya disebut harga. Secara sederhana harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau dalam aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Oleh karena itu, harga merupakan sejumlah uang yang ditawarkan atau mendapatkan suatu produk atau jasa yang di inginkannya dari produsen atau pedagang. Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa. Lebih luas lagi harga didefinisikan sebagai jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Suasana Cafe

Suasana cafe merupakan bagian yang penting untuk menarik perhatian konsumen, karena dengan suasana nyaman, aman, dan menarik akan menentukan loyalitas konsumen. Suasana atau atmosphere adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian, untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat itu. Oleh karena itu, suasana atau atmosphere adalah penciptaan suasana toko melalui visual, penataan cahaya, musik, dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan untuk membeli tersebut mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen, yang meliputi :

1. Keputusan tentang jenis produk
Dalam hal ini konsumen dapat mengambil keputusan tentang produk apa yang akan dibelinya untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan.
2. Keputusan tentang bentuk produk
Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli suatu produk dengan bentuk tertentu sesuai dengan selernya.
3. Keputusan tentang merek
Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli karena setiap merek mempunyai perbedaan-perbedaan sendiri.
4. Keputusan tentang penjualnya
Konsumen dapat mengambil keputusan dimana produk yang dibutuhkan tersebut akan dibeli.
5. Keputusan tentang jumlah produk
Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli.
6. Keputusan tentang waktu pembelian
Konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan dia harus melakukan pembelian.
7. Keputusan tentang cara pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode atau cara pembelian produk yang akan dibeli, apakah secara tunai atau kredit. Keputusan tersebut akan mempengaruhi keputusan tentang penjualan dan jumlah pembelinya

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian dengan deskriptif kuantitatif, yaitu dengan maksud untuk mencari pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui mengenai pengaruh harga dan susana cafe serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada The Mood Cafe.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti unntuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Ppopulasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah mengkonsumsi produk The Mood Cafe.

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan semetara dari rumusan masalah penelitian. Hipotesis yang diajukan penulis adalah :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di The Mood Cafe
2. Suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di The Mood Cafe

Harga dan Suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di The Mood Cafe

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Profil The Moon Cafe

The Moon Cafe Mal berlokasi di Lippo Cikarang Mall Lippo Cikarang, Mal Lippo Cikarang Lt Dasar Unit, Jl. MH. Thamrin No.28A, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi. Sesuai namanya, The Moon Cafe menghadirkan atmosfer yang unik dengan dekorasi yang

terinspirasi oleh bulan. Begitu memasuki kafe ini, Anda akan langsung merasakan suasana yang tenang dan penuh kehangatan. Dekorasi interior bergambar bulan dan lampu-lampu yang lembut menciptakan suasana yang menyenangkan dan menyegarkan. Menu yang ada di The Moon Cafe sangat beragam dan memikat lidah. Mulai dari hidangan pembuka yang menggugah selera hingga hidangan utama dan makanan penutup yang lezat, Anda akan mendapatkan menu dengan pilihan yang berlimpah. Tidak hanya itu, minuman yang tersaji juga tidak kalah menarik, mulai dari kopi spesial hingga berbagai varian minuman segar yang segar dan menyegarkan.

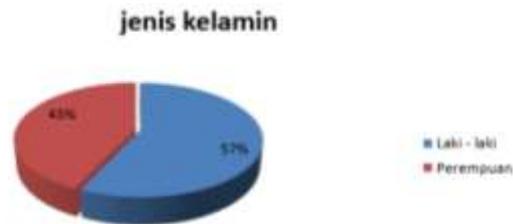
Salah satu hidangan yang menjadi favorit di The Moon Cafe adalah Ayam Gepreknya yang lezat dan pedas. Ayam yang geprek dengan bumbu rempah khas, tersaji dengan nasi dan sambal yang menggoda selera. Rasanya yang pedas dan renyah membuat hidangan ini menjadi favorit di antara pengunjung. Selain itu, Anda juga dapat mencicipi berbagai hidangan lain seperti pasta, burger, pizza, dan masih banyak lagi.

Selain hidangan utama, The Moon Cafe juga menawarkan pilihan makanan penutup yang menggugah selera. Cobalah Cheesecake yang lembut dan manis atau Pancake yang lezat dan mengenyangkan. Nikmati hidangan penutup ini sambil menyeruput kopi spesial atau teh hangat, dan rasakan kepuasan yang tak tergantikan.

Kelebihan lain dari The Moon Cafe adalah pelayanan yang ramah dan profesional. Para stafnya selalu siap memberikan rekomendasi tentang hidangan yang paling populer dan sesuai dengan selera Anda. Mereka juga akan dengan senang hati menjawab pertanyaan Anda dan memastikan kunjungan Anda di The Moon Cafe menjadi pengalaman yang tak terlupakan.

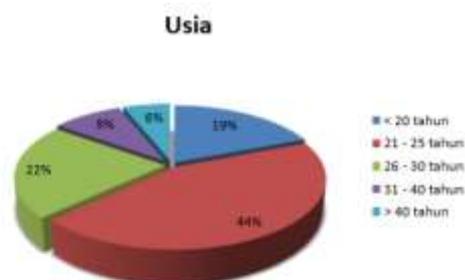
The Moon Cafe Elysium juga menyediakan area yang nyaman dan luas, cocok untuk pertemuan bisnis atau acara khusus. Anda dapat memesan area ini untuk mengadakan ulang tahun, reuni, atau bahkan rapat bisnis. Dengan suasana yang menyenangkan dan pelayanan yang baik, acara Anda dijamin sukses dan berkesan.

Berdasarkan jawaban responden yang diberikan oleh para responden dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan beberapa kriteria responden yaitu menurut jenis kelamin, usia dan pekerjaan.



Gambar 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Pada gambar diatas, terlihat bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih mendominasi daripada yang berjenis kelamin perempuan. Hal ini terlihat pada jumlah laki-laki sebanyak 57 responden (57%) sedangkan perempuan sebanyak 43 responden (43%).



Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Pada gambar diatas, terlihat bahwa jumlah responden dalam penelitian ini di dominasi oleh usia 21 - 25 tahun yaitu sebanyak 44 responden (46%). kemudian responden usia 26 - 30 tahun sebanyak 22 responden (22%). usia < 20 sebanyak 19 responden (19%). Usia 31 - 40 sebanyak 9 responden (9%), dan usia >40 sebanyak 6 responden (6%).



Gambar 3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pada gambar diatas, terlihat bahwa dari jumlah 100 responden dalam penelitian ini di dominasi oleh mahasiswa sebanyak 41 responden (41%), pelajar 28 responden (28%), pegawai sasta 14 responden (14%), wiraswasta 8 responden (8%), PNS 5 responden (5%), dan lain-lain 4 responden (4%).

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Diketahui bahwa nilai r-tabel untuk data berjumlah 100, maka nilai $df (n-2) = 100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikansi 5% sebesar 0,1986, nilai dibawah tabel inni berasal dari hasil SPSS. Dikatakan valid jika r-hitung > r-tabel.

Tabel 1. Uji Validitas

Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X11	.425**	0,1986	Valid
X12	.839**	0,1986	Valid
X21	.891**	0,1986	Valid
X22	.891**	0,1986	Valid
Y1	.806**	0,1986	Valid

Dari tabel, diatas terlihat bahwa korelasi dari masing-masing item terhadap jumlah total skor masing-masing pernyataan untuk variabel X1, X2 dan Y, seluruhnya menghasilkan nilai Rhitung > Rtabel. Dengan demikian maka keseluruhan item pernyataan variabel penelitian adalah valid.

Uji Realibilitas

Untuk uji reliabilitas instrumen, semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 maka akan semakin baik. Secara umum, keandalan kurang dari 0,6 dianggap buruk, keandalan dalam kisaran 0,6 hingga 0,7 bisa diterima, dan lebih dari 0,8 adalah baik. Berikut ini merupakan tabel nilai cronbach's alpha masing-masing instrument.

Tabel 2. Uji Realibilitas

Item Pertanyaan	cronbach's alpha	Keterangan
X11	0.848	Reliabel
X12	0.708	Reliabel
X21	0.783	Reliabel
X22	0.782	Reliabel
Y1	0.935	Reliabel

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua variabel dari kuisioner adalah reliabel. semua pernyataan pada kuesioner dinilai reliabel karena Nilai Cronbach's Alpha pada setiap variabel > 0.60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.72701012
Most Differences	Extreme Absolute	.087
	Positive	.049
	Negative	-.087

Test Statistic	.087
Asymp. Sig. (2-tailed)	.061c
Test distribution is Normal.	
Calculated from data.	
Lilliefors Significance Correction.	

Berdasarkan hasil normalitas diatas, diketahui bahwa nilai Asy,p Sig sebesar 0,061 > 0,05, sehingga tidak terjadi masalah normalitas pada penelitian ini.

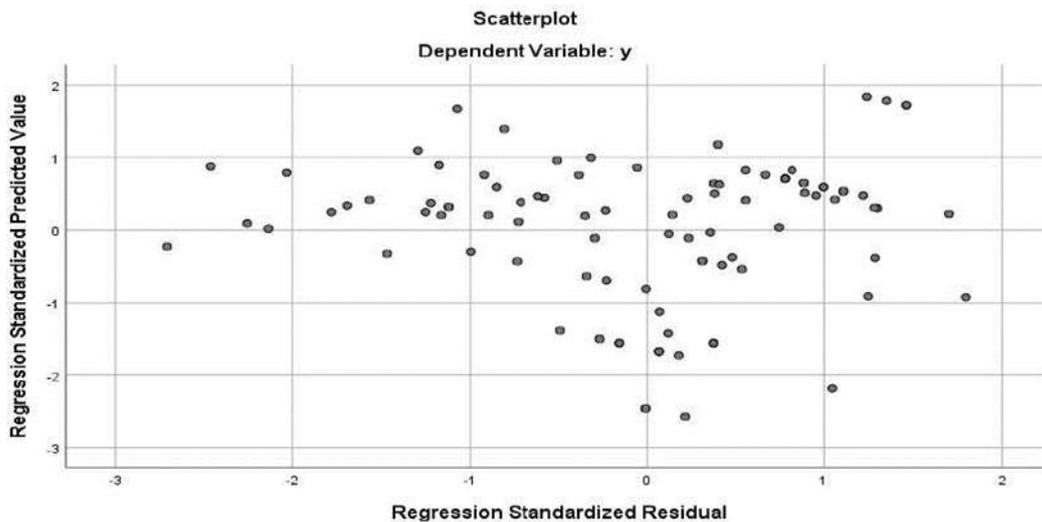
Uji Heterokedastisitas

Tabel 4. Uji Heterokedastisitas

Coefficientsa					
Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta		
Model	B	Std. Error	t	Sig.	
1	(Constant)	-.897	.903		
	x1	.010	.088	.021	.909
	x2	.319	.084	.539	.060
a. Dependent Variable: Abs_Res					

Berdasarkan tabel diatas dengan menggunakan uji heterokedastisitas, maka didapatkan nilai probabilitas untuk kesemua variabel penelitian berada diatas 0,5, Sehingga pada penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dikarenakan nilai Sig > 0,05.

Uji Heterokedastisitas Scatter Plot



Gambar 4. Uji Heterokedastisitas Scatter Plot

Gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, dan tidak mempunyai pola yang jelas serta menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan telah memenuhi persyaratan sebagai model regresi linear berganda.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Coefficientsa						
Model B	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity
						Tolerance
1 (Constant)	2.432	1.764		1.379	.171	

x1	.421	.172	.235	2.450	.016	.236	4.243
x2	.481	.165	.220	2.917	.004	.380	2.634
a. Dependent Variable: y							

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, dapat dilihat bahwa pada Tabel diatas, pada kolom Centered VIF. Nilai VIF dari semua variabel tidak ada yang lebih dari 10 , maka dapat dikatakan pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas pada semua variabel bebas tersebut. Berdasarkan syarat asumsi klasik regresi linier dengan OLS, maka model regresi linier yang baik adalah yang terbebas dari adanya multikolinieritas. Dengan demikian, model di atas telah terbebas dari adanya multikolinieritas.

Analisis Regresi Berganda persamaan regresi

Tabel 6. Uji Regresi Berganda

Coefficientsa		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		Model B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.432	1.764		1.379	.171
	x1	.421	.172	.235	2.450	.016
	x2	.481	.165	.220	2.917	.004
a. Dependent Variable: y						

Hasil persamaan dari Tabel diatas

$$Y = \alpha + b1X1 + b2X2 + e$$

$$Y = 2,432 + 0,421 X1 + 0,481 X2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- α = Konstanta
- X1 = Harga
- X2 = Suasana
- e = Error term

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa :

Nilai konstanta sebesar 2,432 mengindikasikan bahwa jika variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian adalah nol maka Keputusan Pembelian adalah sebesar konstanta 2,432%. Nilai koefisien Harga sebesar 0,421 maka mengindikasikan bahwa peningkatan Harga dalam satu satuan angka akan mengakibatkan kenaikan Keputusan Pembelian sebesar 0,421% dengan asumsi variabel lain konstan.

Nilai koefisien Suasana sebesar 0,481 maka mengindikasikan bahwa peningkatan Suasana dalam satu satuan angka akan mengakibatkan kenaikan Keputusan Pembelian sebesar 0,481% dengan asumsi variabel lain konstan.

Koefiien korelasi (R)

Pada koefisien menunjukan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel bebas (X1,X2) bersamaan terhadap variabel terikat (Y), nilai dari R berkisaran antara 0 sampai 1 apabila nilai R mendekati 1 maka hubungannya akan semakin kuat , tetapi sebaliknya apabila nilai R mendekati 0 maka hubungannya akan semakin lemah. Berikut ini merupakan hasil analisis korelasi berganda :

Tabel 7. Uji R

Model Summary				
			Adjusted R Square	R Std. Error of the Estimate
Model	R	R Square		
1	.890a	.792	.785	3.78480
a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1				

1	(Constant)	2.432	1.764		1.379	.171
	x1	.421	.172	.235	2.450	.016
	x2	.481	.165	.220	2.917	.004
a. Dependent Variable: y						

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Terdapat pengaruh positif signifikan variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y), dikarenakan nilai P-value sebesar $0,016 < 0,05$ atau dengan kata lain H0 ditolak dan Ha diterima.

Terdapat pengaruh positif signifikan variabel Suasana (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), dikarenakan nilai P-value sebesar $0,004 < 0,05$ atau dengan kata lain H0 ditolak dan Ha diterima.

Uji F (F-Test) Uji Simultan

Hasil pengolahan data SPSS pada uji F untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat serta untuk menguji apakah model yang digunakan sudah fix atau tidak.

Tabel 10. Uji Simultan

ANOVAa						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	5231.020	3	1743.673	121.725	.000b
	Residual	1375.170	96	14.325		
	Total	6606.190	99			
Dependent Variable: y						
Predictors: (Constant),x2, x1						

Hasil pengolahan data pada tabel diatas menunjukkan nilai signifikan pada 0,000 ($\text{sig } 0,000 < 0,05$). Hal ini berarti menunjukkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh dapat diandalkan atau model yang digunakan *fix*. Sehingga terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y.

Uji variabel yang berpengaruh dominan

Berdasarkan tabel uji parsial (t) menunjukkan bahwa nilai dari *standaridzed coefficients* beta terbesar adalah variabel harga (X2) sebesar 0,496 yang menandakan bahwa variabel (X2) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada The Moon Cafe.

Pembahasan

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada The Moon Cafe. Dengan begitu H_0 di tolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rina Sukmawati (2017) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta”. Hasil menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Harga terhadap kepuasan konsumen cafe.

Sejalan juga dengan pendapat Tjiptono (2008) secara sederhana harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau dalam aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan suatu yang sangat penting dalam usaha, oleh karena itu penetapan harga yang sesuai, rasa dan kualitas produk harus di pertimbangkan terutama apa yang akan dirasakan konsumen secara langsung. Adapun temuan-temuan yang penulis temukan dilokasi selama penulis melakukan penelitian dan diperkuat dengan hasil kuesioner yang telah di jawab oleh responden pada indikator harga menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh The Moon Cafe tidak membuat konsumen merasa terbebani dan harga yang ditawarkan masih sesuai dengan porsi yang diberikan. Namun tidak dapat dikatakan terjangkau karena harganya sama saja dengan tempat lain.

Penulis telah bertanya terhadap pengunjung yang mengatakan tidak dan kurang setuju pada indikator harga pada The Moon Cafe terjangkau tentang mengapa mereka tetap datang ke The Moon Cafe dan pendapat mereka terhadap harga di The Moon Cafe. Mereka berpendapat

harga pada The Moon Cafe cukup tinggi di bandingkan dengan beberapa cafe yang mereka datangi dengan membandingkan beberapa produk yang sama dengan cafe lain. Dan mereka datang ke The Moon Cafe di karenakan suasana, dan ajakan dari teman temannya.

Maka dari itu The Moon Cafe diharapkan dapat mempertahankan dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, guna menjaga konsumen agar tetap membeli produk di The Moon Cafe.

Pengaruh Suasana (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis variabel suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada vlorry cafe samarinda. Dengan begitu H_0 di tolak dan H_a diterima. Hasil peneelitan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dionicius Apecilus Nggaur (2018) “Pengaruh Harga, Suasana Cafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus pada Cafe Bjongngopi Yogyakarta). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel suasana berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada cafe.

Sejalan dengan teori Menurut Utami (2006) suasana atau atmosphere adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian, untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat itu.

Adapun hasil penelitian yang penulis temukan di lokasi selama penelitian ialah suasana berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun ada beberapa responden yang mengeluhkan tentang pencahayaan dan warna latar di The Moon Cafe yang kurang kurang nyaman. Penulis bertanya kepada beberapa pengguna tentang pendapat mereka pada suasana di The Moon Cafe. Mereka berpendapat warna latar dan pencahayaan pada The Moon Cafe kurang cerah meskipun pemandangan yang disuguhkan The Moon Cafe cukup indah. Tapi bagi beberapa pengunjung warna dan pencahayaan yang kurang cerah membuat mata mereka kurang nyaman terhadap suasana di The Moon Cafe. Hal yang harus di perbaiki sesuai dalam kuesioner tentang pencahayaan dan warna latar yang kurang memuaskan. Maka dari itu The Moon Cafe diharapkan dapat memperbaiki itu, karena semakin menarik suasana cafe yang ditawarkan maka konsumen akan semakin tertarik dan loyal

V. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian menggunakan alat analisis *statistical package for social sciene* (SPSS) versi 25 yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada The Moon Cafe Suasana Cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada The Moon Cafe
2. Harga dan suasana Cafe secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada The Moon Cafe.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. "2015. Pengantar manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media."
- Chaeriah, Ella Siti. "2016. Pengaruh Harga, Citra Merk, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Samsung."
- Harianto, David & Hartono Subagio. "2013. Analisa Pengaruh Kualitas layanan, Brand Image dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kwdai Deja-Vu Surabaya."
- Kotler, Philip. "1997. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat. "
- Kotler, Philip. "2010. Manajemen Pemasaran. Edisi 13, Jilid 1. Terjemahan. Jakarta: Erlangga."
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. "2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Terjemahan. Jakarta: Glora Aksara Pratama."
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. "2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga."
- Luoioyadi, Rambat. "2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat."
- Lamb, Hair, Mc Daniel. "2001. Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid Pertama. Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat."
- Sukmawati, Rina. "2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta."
- Stanton, William J. "1996. Prinsip Pemasaran. Edisi 7. Jilid 1. Terjemahan. Jakarta: Erlangga."
- Sugiyono. "2012. Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta."
- Sujarweni, Wiratna V. "2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press."

Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. "2005. Service, quality, and Sattisfaction. Yogyakarta: Andi Offset"

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, & Dedi Adriana. "2008. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi"

Tjiptono, Fandy. "2011. Pemasaran Jasa. Jatim: Bayumedia Publishing."

Umar, Husein. "2002. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta; PT Gramedia Pstaka Utama."

Utami. W. Christina. "2006. Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Jakarta: Salemba Empat."