

Meal di Kebumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang menentukan keberhasilan sebuah *coffee shop* adalah *atmosphere*. *Coffee shop* harus mampu menciptakan dan menjaga *atmosphere* yang sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan, karena hal tersebut dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan kata lain, *coffee shop* dapat terus beroperasi dengan baik dan konsumen akan terus melakukan keputusan pembelian apabila pihak manajemen memahami faktor-faktor yang memengaruhi *Cafe Atmosphere*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Apriyadi *et al.*, 2021) yang menyatakan bahwa *Cafe Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan kepada Keputusan Pembelian.

4.4.2. Pengaruh Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel Variasi Menu menunjukkan nilai t_{hitung} 6,499 lebih besar dari t_{tabel} 1,982 dengan tingkat signifikansinya 0,001 dibawah batas nilai signifikan yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh *Cafe Atmosphere*, tetapi juga oleh Variasi Menu pada *coffee shop*. Hal ini menegaskan bahwa indikator-indikator pada variabel Variasi Menu, yang meliputi rasa, ukuran, kualitas produk,

penampilan produk, dan ketersediaan, memang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Variasi Menu pada *coffee shop* menunjukkan tingkat keragaman menu serta pilihan yang tersedia, sehingga konsumen tidak merasa jenuh dengan menu yang serupa antar-*coffee shop*. Dengan adanya Variasi Menu yang beragam, konsumen dapat menyesuaikan pilihan makanan dan minuman sesuai dengan *preferensi* masing-masing, atau bahkan mencoba menu baru yang ditawarkan. Hal tersebut pada akhirnya dapat mendorong konsumen untuk melakukan Keputusan Pembelian. Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dewi *et al.*, 2024) menyatakan bahwa Variasi Menu berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

4.4.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Bersadarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} 2.009 lebih besar dari t_{tabel} 1,982 dengan tingkat signifikansinya 0,047 dibawah nilai signifikansi yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen. Hal tersebut menegaskan bahwa indikator-indikator pada variabel Kualitas Pelayanan, yang meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, memang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen

dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Apabila pelayanan yang diterapkan sudah baik dan sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* (SOP), maka pelanggan atau konsumen akan merasa nyaman dan puas, sehingga terdorong untuk melakukan Keputusan Pembelian. Penelitian ini Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi *et al.* (2024) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan karena semakin baik Kualitas Pelayanan maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

4.4.4. Pengaruh *Cafe Atmosphere*, Variasi Menu, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu *Cafe Atmosphere*, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpegaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen hal tersebut dikarenakan nilai $F_{hitung} 34,346 > F_{tabel} 2,69$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,005 yaitu 0,001. Selain itu, hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,479 artinya 47,9% dapat dikatakan bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel independen yaitu *Cafe Atmosphere*, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan sedangkan sisanya 52,1% (100% - 47,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan *Cafe Atmosphere*, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan data responden yang didapat dari hasil kuesioner diketahui bahwa, Keputusan Pembelian di dominasi oleh konsumen perempuan yang berjumlah 76 dengan presentase 69,1%. Hal ini disebabkan karena perempuan yang cenderung memiliki perilaku konsumtif lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Sedangkan berdasarkan rentang usia, responden di dominasi oleh usia 17 tahun hingga 22 tahun dengan pekerjaan yaitu pelajar atau mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh adanya dorongan untuk mencoba suasana baru, baik dari segi lingkungan atau rasa makanan. Selain itu, kelompok usia ini juga cenderung lebih peka terhadap tren yang sedang berkembang, sehingga lebih tertarik untuk mencoba sesuatu yang baru dan sedang populer di kalangan teman sebaya. Mayoritas konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada Malindo Meal yaitu Kecamatan Kebumen. Faktor lokasi yang lebih dekat dan mudah diakses menjadi alasan utama, sehingga Malindo Meal menjadi pilihan.

2. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya pengaruh *Cafe Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin membuat suasana *coffe shop* nyaman sesuai dengan elemen-elemen *Cafe Atmosphere* yaitu kebersihan yang selalu terjaga, pilihan musik yang nyaman dan mampu membuat pengalaman yang positif pada konsumen. Serta kenyamanan ruangan seperti suhu ruangan yang stabil, pencahayaan yang mendukung, dan tata ruang yang membuat nyaman dalam bergerak maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya pengaruh Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Malindo Meal melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh Variasi Menu yang beragam mulai dari ukuran, makanan, minuman dan penampilan. Konsumen yang mempunyai pilihan atau sekedar bosan dengan menu yang sama akan melakukan keputusan pembelian pada Malindo Meal.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan pada Malindo Meal pada Malindo Meal. Kualitas Pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen seperti cepat, tanggap, dan

professional maka akan konsumen akan melakukan keputusan pembelian pada Malindo Meal di Kebumen.

5. Berdasarkan dari uji simultan atau uji t diperoleh bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari batas signifikansi. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Cafe Atmosphere*, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini masih banyak keterbatasan, meskipun telah dilakukan semaksimal mungkin. Keterbatasan yang ada pada penelitian tentang *Cafe Atmosphere*, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini hanya mengambil sebanyak 110, dengan alamat belum sepenuhnya mencakup kecamatan yang ada pada Kota Kebumen. Maka masih dinilai kurang memberikan gambaran yang akurat mengenai kondisi sebenarnya.
2. Penelitian ini meneliti pengaruh Keputusan Pembelian hanya pada faktor *Cafe Atmosphere*, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan. Masih banyak faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian yang perlu diteliti.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat dikemukakan implikasi secara praktis dan teoritis sebagai berikut:

5.3.1. Implikasi Praktis

Penelitian ini dapat memberikan saran dan masukan bagi Malindo Meal di Kebumen maupun seseorang yang berniat membuka *coffee shop* maupun ingin menambah wawasan literatur, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Cafe Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian maka, sebaiknya Malindo Meal tetap menjaga dan mempertahankan *atmosphere* yang sudah ada pada *coffee shop* guna menciptakan kenyamanan bagi konsumen. Kenyamanan pada *Cafe Atmosphere* meliputi kebersihan yang selalu terjaga serta pilihan musik yang nyaman dan mampu menciptakan pengalaman yang positif bagi konsumen. Selain itu, kenyamanan ruangan juga perlu diperhatikan, seperti suhu ruangan yang stabil, pencahayaan yang mendukung, dan tata ruang yang memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk bergerak. Oleh karena itu, diharapkan Malindo Meal tetap menjaga aroma ruangan agar harum, serta memastikan wewangian yang digunakan sesuai dengan konsep *coffee shop* yang telah ditetapkan. Selain aroma ruangan, suhu ruangan juga harus tetap terjaga agar konsumen merasa nyaman selama berada di

tempat tersebut. Dengan terciptanya kenyamanan tersebut, konsumen akan terdorong untuk melakukan Keputusan Pembelian.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, Malindo Meal diharapkan dapat meningkatkan atau mempertahankan Variasi Menu, mengingat indikator ini telah terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut bertujuan agar konsumen merasa memiliki banyak pilihan dan tidak mudah merasa jenuh, sehingga pada akhirnya terdorong untuk melakukan Keputusan Pembelian secara berkelanjutan. Variasi Menu yang beragam dapat ditingkatkan seperti melakukan survei terhadap konsumen guna mengetahui *preferensi* serta kebutuhan mereka terhadap menu yang ditawarkan. Malindo Meal tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang sudah ada, tetapi juga dapat menarik minat calon konsumen baru melalui variasi menu yang relevan dengan tren yang sedang berkembang.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, Malindo Meal perlu menjaga dan mempertahankan Kualitas Pelayanan yang telah berjalan dengan baik selama ini, mengingat variabel ini telah terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Konsistensi dalam memberikan

pelayanan yang baik akan membentuk persepsi positif konsumen terhadap Malindo Meal, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain menjaga Kualitas Pelayanan yang sudah ada, Malindo Meal juga perlu terus meningkatkan kualitas tersebut melalui pelatihan yang dilakukan secara berkala kepada karyawan. Pelatihan ini dapat berupa peningkatan keterampilan dalam melayani konsumen, pemahaman terhadap *Standar Operasional Prosedur* (SOP), maupun penguatan sikap ramah dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Dengan adanya pelatihan yang berkelanjutan, diharapkan karyawan dapat memberikan pelayanan yang lebih optimal, sehingga konsumen merasa puas dan terdorong untuk melakukan Keputusan Pembelian.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan penelitian yang telah dibahas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Pengaruh *Cafe Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Malindo Meal di Kebumen. Adapun implikasi teoritis yang disarankan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. *Cafe Atmosphere* salah satu hal yang membuat konsumen melakukan keputusan pembelian, Apabila sebuah *coffee shop* mampu menciptakan *atmosphere* yang memberikan rasa nyaman, maka konsumen akan merasa puas dan terdorong untuk melakukan

Keputusan Pembelian. Penelitian ini sejalan dengan indikator *Cafe Atmosphere* yang dikemukakan oleh Banat & Wandebori, (2012) dalam Purnomo, (2017), meskipun penelitian ini berbeda tahun pada saat penelitian dan lokasi yang berbeda namun indikator tersebut tetap relevan. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustin *et al.* (2024) menyatakan bahwa *Cafe Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap suasana *coffee shop* dalam hal kenyamanan, kebersihan, dan keharmonisan dapat mendorong konsumen untuk meningkatkan niat dan keputusan pembelian.

2. Variasi Menu pada penelitian ini menunjukkan bahwa, apabila Variasi Menu yang ditawarkan beragam, maka konsumen akan terdorong untuk melakukan Keputusan Pembelian. Hal tersebut disebabkan oleh tersedianya banyak pilihan, sehingga konsumen dapat menentukan pilihan sesuai dengan *preferensi* masing-masing. Penelitian ini sejalan dengan indikator Variasi Menu yang dikemukakan Sihombing *et al.* (2020) dalam Khong & Salim (2024) meskipun penelitian ini berbeda tahun pada saat penelitian dan lokasi yang berbeda namun indikator tersebut tetap relevan sampai sekarang. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi *et al.* (2024) Variasi Menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena variasi menu berperan penting dalam menarik konsumen untuk berkunjung. Hal tersebut

terjadi karena Variasi Menu yang beragam akan membuat konsumen tertarik untuk mencoba berbagai menu yang disajikan.

3. Kualitas Pelayanan pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Apabila konsumen merasakan pelayanan yang cepat, ramah, dan sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa dihargai dan diperhatikan, maka akan timbul rasa puas terhadap pengalaman yang diperoleh sehingga rasa puas tersebut pada akhirnya akan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan indikator Kualitas Pelayanan yang dikemukakan Tjiptono, (2017) dalam (Satria, 2024) meskipun penelitian ini berbeda tahun pada saat penelitian dan lokasi yang berbeda namun indikator tersebut tetap relevan sampai sekarang. Penelitian diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi *et al.* (2024) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan karena semakin baik kualitas pelayanan maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian.