

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada BJ Cafe Lumajang)

Fathurrozi Ni'amullah¹ Sukma Irdiana² Rendra Irawan³
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang
wahyuniam32@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara kedua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Penelitian bertujuan untuk mengetahui adanya *Store Atmosphere* terhadap minat beli dan keputusan pembelian pada BJ cafe Lumajang baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan tidak terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap minat beli pada BJ cafe Lumajang, dan tidak terdapat pengaruh juga kepada *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada BJ cafe Lumajang. Hasil penelitian terhadap 30 responden dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana adalah tidak terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap minat beli, dan tidak terdapat pengaruh terhadap *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Fungsi regresi linier sederhana yang dihasilkan pada variabel dependen pertama adalah $Y_1 = 9.819 + 0,202X_1$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 4,4% minat beli dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *Store Atmosphere*, sedangkan sisanya yaitu 95,6% Minat beli, dan fungsi regresi linier sederhana yang dihasilkan pada variabel dependen kedua adalah $Y_2 = 14.131 + 0,229X_1$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 3,8% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *Store Atmosphere*, sedangkan sisanya yaitu 96,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Minat Beli dan Keputusan Pembelian

Abstract

This research is a quantitative research by looking for associative relationship which is causal or research that is asking about the relationship between two or more variables and causal. The research aimed to know the existence of Store Atmosphere to buying interest and purchasing decision at BJ cafe Lumajang either partially or simultaneously. This study tested the hypothesis that there is no influence of Store Atmosphere on buying interest in BJ cafe lumajang, and there is no influence also to Store Atmosphere to purchase decision at BJ cafe Lumajang. Result of research to 30 respondents by using simple linear regression analysis is there is no influence of Store Atmosphere to buying interest, and there is no influence to Store Atmosphere to purchase decision. The simple linear regression function generated on the first dependent variable is $Y_1 = 9.819 + 0.202X_1$. The result of coefficient of determination shows that 4.4% of buying interest can be explained by independent variable that is Store Atmosphere, while the rest is 95,6% Buy interest, and simple linear regression function which yielded on second dependent variable is $Y_2 = 14.131 + 0,229X_1$. The result of coefficient of determination shows that as much as 3.8% purchasing decision can be explained by independent variable that is Store Atmosphere, while the rest is 96,2% purchasing decision influenced by other variables not studied in this research.

Keywords: *Store Atmosphere*, *Buy Interest and Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai salah satu negara produsen komoditi kopi terbesar di dunia memiliki peran penting dalam perdagangan kopi global. Perdagangan kopi merupakan salah satu komoditi unggulan bagi negara produsen kopi seperti Indonesia karena aroma, cita rasa kopi setiap tempat yang berbeda tidak ditemukan selain asal kopi tersebut ditanam. Bisnis coffe shop berkembang di Indonesia karena masyarakat Indonesia cenderung mulai mengikuti trend yang berkembang di dunia, coffe shop dibangun untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan budaya meminum kopi dengan sarana dan prasarana yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi setiap konsumen.

Pelaku bisnis di provinsi Jawa Timur khususnya di Kota Lumajang yang mulai beralih dari kopi sachet ke kopi single origin, kopi bukan hanya menjadi kebutuhan fungsional saja melainkan mengarah menjadi kebutuhan emosional. Caffe shop modern lebih disukai karena selain menikmati secangkir kopi mereka juga memiliki kebutuhan untuk bersosialisasi seperti meeting kantor, berkumpul bersama rekan ataupun saudara, nilai lebih lain berupa penataan ruangan, hiasan, live music dan nonton bareng pertandingan sepak

bola untuk menarik konsumen mengunjungi *caffe shop*. itu yang membuat bisnis *coffee shop* itu sangat menjanjikan khususnya di kota Lumajang. Minat beli menurut Howard dan Sheth dalam Donni J. Priansa (2017:164) merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta beberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Assael dalam Donni J. Priansa (2017:164) menyatakan bahwa minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut, maka minat pembelian merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang.

Cakupan strategi *Store Atmosphere* bisa dikelompokkan menjadi eksterior dan interior *atmosphere*. Menurut (Utami, 2017:107), eksterior *atmosphere* Merupakan penampilan luar dari sebuah toko yang harus dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Faktor-faktor desain eksterior meliputi : Penempatan pintu masuk, penerangan pada bagian luar toko, penempatan papan reklame serta pengaturan jendela dan dinding. Sedangkan interior *atmosphere* Merupakan penampilan bagian di dalam suatu toko yang tidak kalah pentingnya untuk menarik konsumen. Faktor-faktor desain ini meliputi ketinggian langit-langit, penerangan dalam toko, warna, dan temperature dalam ruangan.

Menurut Kotler (2009:235), "Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian". *Cafe shop* di Lumajang yang mempunyai *Instore* dan *Outstore Atmosphere* yaitu berada di *cafe prolog*, mereka mempunyai desain yang sangat menarik tidak salah kalau banyak orang Lumajang maupun orang luar dari Lumajang berkunjung ke BJ CAFÉ yang berada di Jalan Jendral panjaitan, Citrodiwangsan Kec. Lumajang, selain menikmati kopi kita di suguhkan dengan suasana yang nyaman, *Atmosphere* (suasana toko) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarnya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. *Store atmosphere* mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan (Kotler 2005).

KAJIAN PUSTAKA

Store Atmosphere

Menurut Sopiah dan Syiabudhin, 2006 dalam (D. Sunyoto, 2015) "*Atmosphere* toko adalah desain toko mencakup desain eksterior, lay out dan ambience. Desain eksterior mencakup wajah toko atau store front, marquee dan pintu masuk". Menurut Utami (2017:343) "*Atmosphere* toko adalah tata ruang toko yang bagus, yang bagus, perancangan toko harus menyeimbangkan beberapa tujuan yang sering kali menjadi konflik, contoh : tata ruang toko harus memungkinkan pelanggan untuk memutar toko dan membeli lebih banyak barang daripada yang direncanakan". *atmosphere* toko bertujuan memenuhi syarat fungsional serta menyediakan pengalaman belanja yang menyenangkan sehingga mendukung terjadinya transaksi.

Minat Beli

Minat Pembelian menurut Howard dan Sheth dalam Donni J. Priansa (2017:164), "merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta beberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu". Assael dalam Donni J. Priansa (2017:164), "menyatakan bahwa minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian".

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa maka minat pembelian merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009:235), "Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian". Menurut Nugroho (2013:14), "Keputusan pembelian merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi, namun faktor-faktor ini sangat berguna untuk mengidentifikasi pembeli-pembeli yang mungkin memiliki minat terbesar terhadap suatu produk". Dari

definisi diatas disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kuantitatif berupa data primer dan data sekunder.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah konsumen pada BJ cafe Lumajang. Metode pengambilan Sampel yang diambil sebanyak 30 responden dengan menggunakan *simple random sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner dengan skala likert 1-5, yang digunakan secara luas sebagai skala interval.

Teknik pengumpulan data

1. Kuesioner
2. Wawancara
3. Observasi
4. Dokumentasi

Variabel Penelitian

Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel terdiri dari 1 (satu) variabel independen yaitu *Store Atmosphere* dengan 2 (dua) variabel yaitu Minat Beli dan Keputusan Pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah BJ Cafe Lumajang

Di Indonesia terdapat berbagai macam desain cafe. Di berbagai provinsi di Indonesia terdapat banyak sekali cafe-cafe yang beredar khususnya wilayah di Jawa Timur. Ada salah satu wilayah di Jawa Timur yang banyak para pembisnis beralih ke Caffe Shop atau kedai kopi yaitu di Lumajang yang dimana banyak pembisnis beralih ke Caffe Shop. Contohnya cafe yang terletak di Jln. Panjaitan no 7 Lumajang dekat SMA 03 Lumajang. Cafe tersebut bernama BJ cafe yang berdiri sejak tahun 2012. Cafe tersebut menawarkan suasana cafe yang modern, menarik serta inovatif. Suasana dibagi menjadi Outdoor dan Indoor yang menyajikan berbagai makanan dan minuman yang bisa menarik pelanggan. Karena itu lah BJ cafe menjadi cafe terpopuler di Lumajang. Memiliki pegawai 11 orang yang bisa diandalkan saat banyak sekali pesanan. Disana pemilik cafe menyediakan wifi secara gratis buat para konsumen yang ada di BJ cafe. BJ cafe mulai beroperasi setiap hari mulai jam 10.00 pagi sampai dengan 23.00 malam.

Table 4.1
Deskripsi Responden Menurut Usia

No	Usia	Frekuensi	Prosentasi (%)
1	17-20	9	30%
2	21-23	16	53,3%
3	24 keatas	5	16,7%
Jumlah		30	100%

Sumber: Hasil Kuesioner Penelitian 2018

Dilihat dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden, 9 orang atau 30% adalah usia 17-20 tahun, 16 orang atau 53,3% adalah usia 21-23 tahun, 5 orang atau 16,7% adalah usia 24 keatas. Data tersebut menunjukkan bahwa responden usia 12-25 tahun yang mendominasi membeli produk di BJ cafe.

Table 4.2
Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase (%)
----	---------------	-----------	----------------

1	Laki-Laki	17	56,7%
2	Perempuan	13	43,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Hasil Kuesioner Penelitian 2018

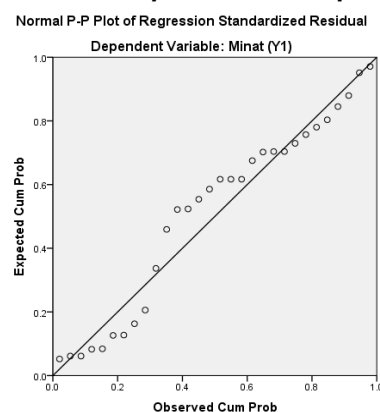
Table 4.9
Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas

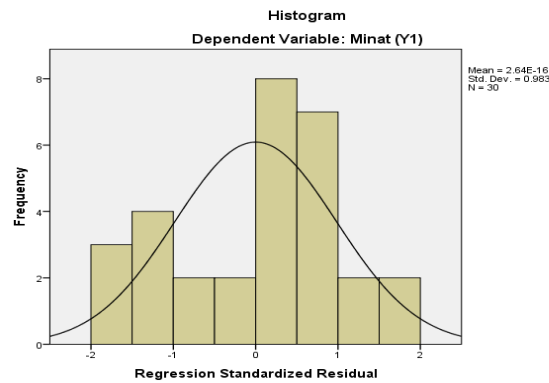
No	Kuesioner	r hitung	r minimal	Signifikansi	Ket
1	<u>Store Atmosphere (X)</u>				
	- Pernyataan 1	0,562	0,3	0,001	Valid
	- Pernyataan 2	0,485	0,3	0,007	Valid
	- Pernyataan 3	0,424	0,3	0,020	Valid
	- Pernyataan 4	0,729	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 5	0,566	0,3	0,001	Valid
2	<u>Minat Beli (Y₁)</u>				
	- Pernyataan 1	0,828	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 2	0,677	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 3	0,885	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 4	0,577	0,3	0,001	Valid
3	<u>Keputusan Pembelian(Y₂)</u>				
	- Pernyataan 1	0,771	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 2	0,594	0,3	0,001	Valid
	- Pernyataan 3	0,740	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 4	0,778	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 5	0,663	0,3	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS 2018

Hasil Pengujian Normalitas Data

1) Hasil Pengujian Normalitas Data *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli



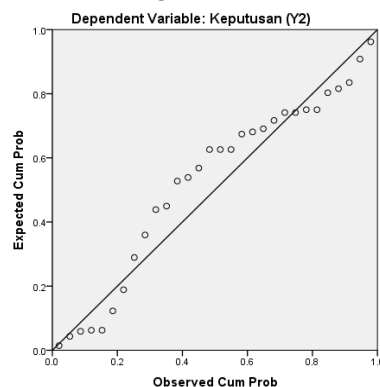
**Gambar 4.6 Dan 4.7 Hasil Pengujian Normalitas Data Y_1**

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner Dengan SPSS 2018

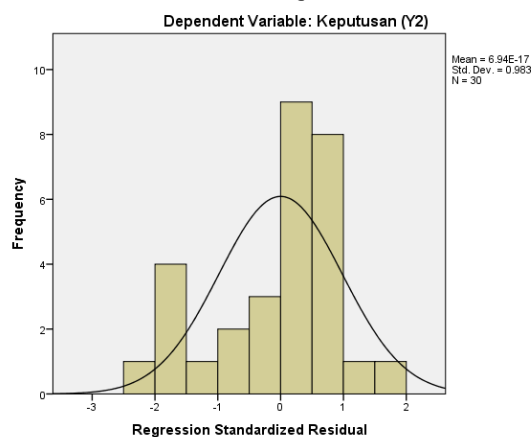
Hasil pengujian normalitas menunjukkan data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Hasil Pengujian Normalitas Data *Store Atmosphere* Terhadap keputusan pembelian

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram

**Gambar 4.6 Dan 4.7 Hasil Pengujian Normalitas Data Y_2**

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner Dengan SPSS 2018

Hasil pengujian normalitas menunjukkan data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

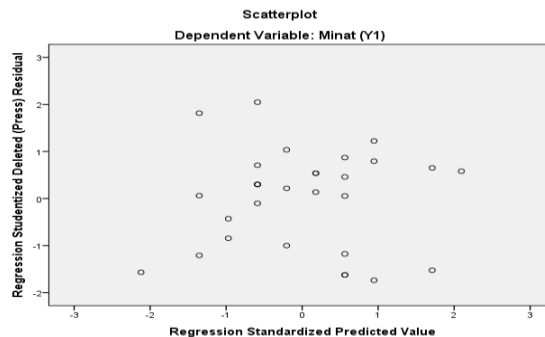
Tabel 4.15**Rekapitulasi Hasil Pengujian Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Minat Beli (Y_1)	1000	1.000	Bebas Multikolinieritas
Keputusan Pembelian (Y_2)	1000	1.000	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Hasil Pengolahan Data kuesioner dengan SPSS 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil VIF cukup kecil yaitu semua berada di bawah 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi adanya multikolinieritas dan variabel-variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling Dependen.

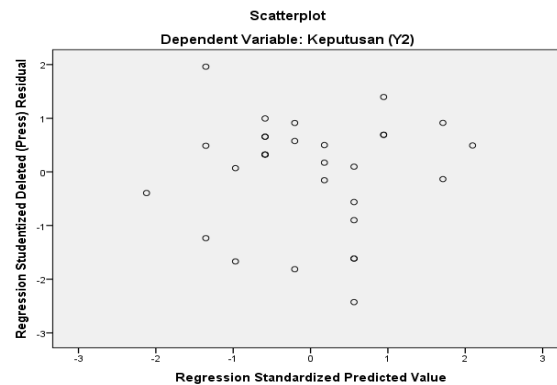
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.8: Pengujian Heteroskedastisitas Y1

Sumber: Hasil Pengolahan Data kuesioner dengan SPSS 2018

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan dari titik-titik tersebut tidak terdapat pola yang jelas. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.



Gambar 4.8: Pengujian Heteroskedastisitas Y2

Sumber: Hasil Pengolahan Data kuesioner dengan SPSS 2018

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan dari titik-titik tersebut tidak terdapat pola yang jelas. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.819	3.331		2.947	.006		
Store (X1)	.202	.178	.210	1.136	.266	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat (Y1)

Sumber: Hasil Pengolahan Data kuesioner dengan SPSS 2018

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y1 = 9.819 + 0,202X1$$

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	14.131	4.078		3.465	.002		
Store (X1)	.229	.218	.194	1.049	.303	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan (Y2)

Sumber: Hasil Pengolahan Data kuesioner dengan SPSS 2018

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y2 = 14.131 + 0,229X1$$

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Tabel 4.22

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.819	3.331		2.947	.006		
Store (X1)	.202	.178	.210	1.136	.266	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat (Y1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	14.131	4.078		3.465	.002		
Store (X1)	.229	.218	.194	1.049	.303	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan (Y2)

Sumber: Hasil Pengolahan Data kuesioner dengan SPSS 2018

Dalam melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen maka di perlukan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan ketentuan $(n-2)$ jadi $30-2=28$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar ± 2.048 .

Koefisien Determinasi

Tabel 4.18
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.210 ^a	.044	.010	2.502

a. Predictors: (Constant), Store (X1)

b. Dependent Variable: Minat (Y1)

Sumber: Hasil Pengolahan Data kuesioner dengan SPSS 2018

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,044. Jadi variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini hanya sebesar 4,4%, sedangkan sisanya yaitu 95,6% Minat Beli dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Loyalitas.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.194 ^a	.038	.003	3.063

a. Predictors: (Constant), Store (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y2)

Sumber: Hasil Pengolahan Data kuesioner dengan SPSS 2018

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,038. Jadi variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini hanya sebesar 3,8%, sedangkan sisanya yaitu 96,2% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Loyalitas.

Pembahasan Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli pada Bj Cafe di Lumajang. Disebabkan karena suasana toko tidak dapat menimbulkan minat beli para konsumen. Karena para konsumen lebih berminat kepada produk yang di tawarkan dari pada suasana yang diciptakan oleh Caffee Shop atau kedai kopi tersebut.

Pembahasan Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli pada Bj Cafe di Lumajang. Disebabkan suasana toko tidak dapat menimbulkan Keputusan Pembelian karena para responden lebih memutuskan membeli atau menikmati produk dari pada menikmati Susana toko yang diciptakan oleh Caffee Shop atau kedai kopi tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *green marketing* dan *green product* terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Sehat Lumajang baik secara parsial maupun simultan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dari perumusan masalah, tujuan masalah dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Store Atmosphere* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada BJ Cafe Lumajang
- b. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Store Atmosphere* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada BJ Cafe Lumajang.
- c. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan adanya pengaruh variabel minat beli dan variabel keputusan pembelian secara simultan terhadap *Store Atmosphere* pada BJ Cafe Lumajang. Fungsi regresi linier sederhana yang dihasilkan adalah. $Y_1 = 9.819 + 0,202X_1$, $Y_2 = 14.131 + 0,229X_1$ Dengan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 33,4% minat beli dan keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *Store Atmosphere*, sedangkan sisanya 66,6% *Store Atmosphere* dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, kualitas produk, citra merek, loyalitas dan promosi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

- a. Variabel *Store Atmosphere* menunjukkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan minat beli di BJ Cafe Lumajang, sehingga disarankan untuk pemilik BJ Cafe Lumajang hendaknya lebih memperhatikan detail dari setiap ruangan sehingga membantu minat beli para konsumen
- b. Variabel *Store Atmosphere* menunjukkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di BJ Cafe Lumajang. Sehingga disarankan agar pemilik hendaknya menciptakan suasana yang berbeda pada konsumen sehingga membantu kesuksesan kegiatan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, S. L. (2009). *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Dessyana, C. J. (2013). *Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di texas Chicken multimart II manado*.
- Fuad, M. (2004). *Survai Diagnosa Organisasional*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ibrahim. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lisan, R. M. dan. (2010). *pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort cafe atmosphere bandung*.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Octaviani, A. (2012). *pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen caffe toffe jatim expo surabaya*.
- Priansa, D. J. (2017a). *perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. bandung: alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Purwaningsih, A. (2011). *pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen pada swalayan jadi baru di kebumen*.
- Sangadji, E., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Santoso, S. (2012). *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *manajemen bisnis ritel*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, S. (2011). *Analisis Regresi untuk Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Supangat, A. (2008). *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Parametrik*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Umar, H. (2011). *METODE PENELITIAN untuk SKRIPSI DAN TESIS BISNIS*, Edisi Kedua. Jakarta Utara: PT RajaGrafindo Persada.