

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS DI Cafe MARLEY'S)

Sulton Zikrie¹, Tri Lestira Putri Warganegara²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

Email: sulton.18011225@student.ubl.ac.id¹, tira@ubl.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui dampak antar Kualitas Produk serta Store Atmosphere pada Minat Beli Konsumen dimasa Pandemi Covid-19. Perumusan persoalan dalam penelitian ini, Apakah variabel Kualitas Produk serta Store Atmosphere terpengaruh pada Minat Beli Konsumen Cafe Marley's di Masa Pandemi Covid-19. dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda dipergunakan menjadi metode analisis dengan jumlah responden menjadi sampel sebesar 55 konsumen Cafe Marley's. Kualitas Produk dan Store Atmosphere berpengaruh positif juga signifikan pada Minat Beli Konsumen di masa Pandemi Covid-19 pada Cafe Marley's. dibutuhkan dengan terdapatnya riset ini Cafe Marley's bisa menjaga kestabilan Kualitas Produk serta Store Atmosphere menggunakan baik, sehingga bisa menaikkan Minat Beli Konsumen di Cafe Marley's.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Store Atmosphere, Minat Beli Konsumen

Abstract

This research changed into conducted to determine the effect between Product nice and shop environment on purchaser purchase interest throughout the Covid-19 Pandemic. The formulation of the problem in this have a look at, Do Product excellent and keep surroundings variables have an effect on the purchaser purchase interest of Marley's Cafe at some stage in the Covid-19 Pandemic? in this look at, more than one linear regression analysis changed into used as an analytical technique with the wide variety of respondents being a sample of 55 Cafe Marley's consumers. Product great and save environment have a superb and vast effect on customer shopping for hobby during the Covid-19 Pandemic at Cafe Marley's. it's far wished with this studies, Cafe Marley's can maintain the steadiness of Product exceptional and keep ecosystem well, in order that it may boom client buying hobby at Cafe Marley's.

Keywords: Product Quality, Store Atmosphere, Consumer Purchase Interest

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda Dunia serta Indonesia khususnya di Provinsi Lampung, cukup merasakan dampak dari Pandemi tersebut. Untuk menanggulangnya, Pemerintah Indonesia menerapkan berbagai kebijakan seperti menjaga jarak fisik (*physical distancing*) dan menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSSB). Penerapan peraturan tersebut tentunya berdampak pada sektor pariwisata, industri, UMKM, dan salah satunya pada sektor perdagangan khususnya restoran, yang menyebabkan menurunnya minat beli masyarakat.

Sejalan dengan hal tersebut diatas, guna mendapatkan *quantity product* yang diharapkan, maka dari itu harus dilakukannya penelitian guna meningkatkan minat beli pelanggan, juga meningkatkan loyalitas pelanggan, agar tetap pada target nya atau bisa naik.

Marley's ialah Cafe dan Resto yang ada di Bandar Lampung. Pada masa Pandemi seperti ini, Cafe Marley's juga salah satu Cafe dan Resto yang cukup banyak diminati. Dengan itu peneliti melakukan penelitian guna mengetahui:

1. Apakah Kualitas Produk terpengaruh pada Minat Beli Konsumen?
2. Apakah *Store Atmosphere* terpengaruh pada Minat Beli konsumen?
3. Apakah Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* terpengaruh pada Minat Beli Konsumen?

Guna memberi solusi terhadap permasalahan yang ada, maka peneliti melakukan penelitian mengenai strategi yang cocok untuk café marley's. agar dapat tercapainya tujuan yang ingin di capai oleh peneliti.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller, (2012) ialah suatu kemampuan dari produk yang dapat memberikan hasil sesuai faktor yang dibutuhkan.

Store Atmosphere

Ialah indikator senjata yang dimiliki suatu *store* untuk menarik konsumen, baik secara penempatan, penampilan dan lainnya yang ada pada suatu toko.

Konsumen

Ialah salah satu seorang yang memakai atau menggunakan, menghabiskan suatu barang atau produk.

Minat Pembelian

Merupakan ialah suatu planning yang difikirkan suatu konsumen untuk melakukan transaksi baik secara sekali ataupun berkali-kali.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini berafiliasi pada konflik ini ialah Penelitian Kepustakaan serta Penelitian Lapangan. Desain penelitian ini merupakan deskriptif.. Adapun desain penelitian ini terbagi menjadi 2 variabel yaitu Variabel Bebas (Independen) dilambangkan menggunakan (X) yakni: Kualitas produk (X1), Store Atmosphere (X2). juga 2 Variabel Terikat (Dependen) yakni Minat Beli Konsumen (Y).

Penelitian ini dilakukan di Cafe Marley's yang beralamat Jl Gatot Subroto No. 6 Tanjung Gading, Tanjung Karang Timur, Bandar Lampung. Populasi pada penelitian ini ialah semua konsumen Cafe Marley's yang pernah/sering membeli makanan lebih dari satu kali. Jika populasi dan penelitian tidak semua populasi yang ada dijadikan bahan

pertimbangan penelitian ini, maka daripada itu dilakukan teknik pengambilan sampel,. Metode penentuan sampel pada penelitian ini ialah *probality sampling* memakai teknik *cluster sampling* yakni teknik sampling yang dipakai guna menentukan total sampel jika objek yang diteliti, berdasarkan hasil pengamatan, maka total sampel pada penelitian ini ialah berjumlah 55 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yakni: observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Setelah didapatkan data yang diinginkan kemudian dianalisa menggunakan Analisis regresi linier berganda digunakan sehingga diketahui pengaruh hubungan dari Kualitas Produk X_1 , *Store Atmosphere* X_2 , pada Minat Beli Konsumen Y .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)

item	Nilai Validitas	Factor Loading	Ket
1	.491	0,266	Valid
2	.541	0,266	
3	.778	0,266	
4	.586	0,266	
5	.562	0,266	
6	.703	0,266	
7	.815	0,266	
8	.861	0,266	
9	.672	0,266	
10	.754	0,266	

Sumber : Data diolah SPSS 17

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Store Atmosphere (X_2)

Item	Nilai Validitas	Factor Loading	Ket
11	.629	0,266	Valid
12	.556	0,266	
13	.525	0,266	
14	.764	0,266	
15	.853	0,266	
16	.801	0,266	
17	.764	0,266	
18	.557	0,266	
19	.803	0,266	
20	.559	0,266	

Sumber : Data diolah SPSS 17

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)

Item	Nilai Validitas	Factor Loading	Ket
21	.825	0,266	Valid
22	.807	0,266	
23	.807	0,266	
24	.694	0,266	
25	.862	0,266	
26	.845	0,266	
27	.830	0,266	
28	.843	0,266	
29	.732	0,266	
30	.647	0,266	

Sumber : Data diolah SPSS 17

Pada data di atas dapat disimpulkan bahwasannya dapat dikatakan “VALID” dikarenakan r-hitung lebih dari 0,0266.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	(α)	Ket
X ₁	0,871	0,60	Reliabel
X ₂	0,868		
Y	0,928		

Sumber : Data diolah SPSS 17

Data diatas menunjukkan bahwasannya korelasi alpha > 0,60 dapat dikatakan seluruh variabel “RELIABEL”.

Analisis Kuantitatif

Analisis regresi linier berganda

Tabel 4.5
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.273	3.666		.620	.538
Kualitas Produk	.419	.102	.407	4.119	.000
Store Atmosphere	.324	.122	.288	2.652	.011

Sumber : Data diolah SPSS 17

Hasil diatas dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan

$$\hat{Y} = 0,419X_1 + 0,324X_2 + e$$

Tabel 4.6

Analisis Koefisien Korelasi X1 pada Y

		Kualitas Produk	Minat Beli Konsumen
Kualitas Produk	<i>Pearson Correlation</i>	1	.694**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
	N	55	55
Minat Beli Konsumen	<i>Pearson Correlation</i>	.694**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
	N	55	55

Sumber : Data diolah SPSS 17

Data diatas ialah perhitungan perolehan, koefisien korelasi (r) sejumlah 0,694 artinya bahwasannya ada hubungan yang kuat antara X1 dan Y,

Tabel 4.7

Analisis Koefisien Determinasi X1 pada Y

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.694 ^a	.482	.472	4.843

Sumber : Data diolah SPSS 17

Dari tabel di atas memperlihatkan keeratan pengaruh setiap variabelnya yaitu Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sebesar $R^2_{X_1X_2Y} = 48,2\%$ dan sisanya 51,8% terpengaruh oleh faktor lain.

Tabel 4.8
Analisis Koefisien Korelasi X2 pada Y

		<i>Store Atmosphere</i>	Minat Beli Konsumen
<i>Store Atmosphere</i>	<i>Pearson Correlation</i>	1	.710**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
	N	55	55
Minat Beli Konsumen	<i>Pearson Correlation</i>	.710**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
	N	55	55

Sumber : Data diolah SPSS 17

data diatas ialah perhitungan perolehan koefisien korelasi (r) sejumlah 0,710 artinya bahwasannya terdapat hubungan yang kuat antar X2 dan Y,

Tabel 4.9
Analisis Koefisien Determinasi X2 pada Y

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.710 ^a	.505	.495	4.736

Sumber : Data diolah SPSS 17

Data diatas menunjukkan bahwasannya variable *Store Atmosphere* pada Minat Beli Konsumen sebesar $R^2_{X_1X_2Y} = 50,5\%$ dan untuk 49,5% terpengaruh oleh faktor lain.

Tabel 4.10

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.692	.674	3.809

Sumber : Data diolah SPSS 17

Data diatas menunjukkan bahwasanya variabel independent pada variabel dependent sebesar $R^2_{X_1X_2Y} = 69,2\%$ dan sisanya 30,8% terpengaruh oleh faktor lain.

Uji t Statistik

Menurut Ghazali (2006), Uji t Statistik merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas secara tersendiri saat menerangkan variabel terikat. Pengujian hipotesis dilaksanakan dengan memakai uji t, guna menguji Kualitas Produk, *Store Atmosphere* berpengaruh secara nyata atau tidak pada Minat Beli Konsumen.

Tabel 4. 11

Hasil Analisis Uji t

T hitung	T tabel	Kondisi	Kesimpulan
4,119 Sig(0,000)	2,004 Sig(0,05)	$t_{hitung} > t_{tabel}$	H1 diterima
2,652 Sig(0,011)	2,004 Sig(0,05)	$t_{hitung} > t_{tabel}$	H2 diterima

Sumber : Data diolah 2022

1. Variabel Kualitas Produk (X_1) pada Minat Beli Konsumen (Y)
Dapat dilihat bahwasannya $t_{hitung} 4,119 > t_{tabel}$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, memiliki arti Kualitas Produk terpengaruh positif pada Minat Beli Konsumen.
2. Variabel *Store Atmosphere* (X_2) pada Minat Beli Konsumen (Y)
Dapat dilihat bahwasannya $t_{hitung} 2,652 > t_{tabel}$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, memiliki arti *Store Atmosphere* terpengaruh positif pada Minat Beli Konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kualitas Produk terpengaruh pada Minat Beli Konsumen pada Cafe Marley's di Bandar Lampung
2. *Store Atmosphere* terpengaruh pada Minat Beli Konsumen pada Cafe Marley's di Bandar Lampung
3. Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, secara simultan terpengaruh pada Minat Beli Konsumen pada Cafe Marley's di Bandar Lampung.

Saran

1. Dengan nilai terendah pada kuisioner indikator nomor 7, ketepatan waktu karyawan terapkan dalam menyelesaikan pekerjaan di Cafe Marley's. Perusahaan harus bekerja sesuai prosedur sesuai dengan tata cara yang diberlakukan di Cafe Marley's.
2. Dengan nilai terendah pada kuisioner indikator nomor 6, kantor Cafe Marley's masih kurang baik dalam mencapai target penjualan. Perusahaan harus meningkatkan Minat Beli Konsumen untuk mencapai target.
3. Dengan nilai terendah pada kuisioner indikator No 2, peneliti merasa, bahwasannya motivasi juga semangat kerja terpacu melalui gaji yang saya didapatkan. Maka daripada itu diharapkan Café Marley's dapat meningkatkan motivasi dan semangat kerja yang terpacu dengan gaji yang didapatkan.
4. Dengan nilai terendah pada kuisioner indikator nomor 10, karyawan jarang menyelesaikan tugas yang diberikan pimpinan meskipun mengorbankan kepentingan keluarga. Perusahaan harus mempertahankan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan pimpinan meskipun mengorbankan kepentingan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, 2014: Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.

Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler dan Keller, (2012). Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Liswatin, L. (2022). Inovasi Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Konawe. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(3), 83–96. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i3.15>
- Nuranisa Fitri, Kamilah, K., & Rahma, T. I. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril Marelان. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(3), 151–162. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i3.21>
- Santoso, J. T., Ginantra, N. L. W. S. R., Arifin, M., Riinawati, R., Sudrajat, D., & Rahim, R. (2021). Comparison of Classification Data Mining C4. 5 and Naïve Bayes Algorithms of EDM Dataset.
- Schroeder, R, G. 2008. Operations Management Contemporary Concepts and Cases. Fourth Edition. Mc Graw-Hill. USA.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tauwi, T., & Pagala, I. . (2022). Implementasi Program Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (K 3) Terhadap Produktivitas Karyawan Pada Pt. Tani Prima Makmur Unit Pabrik Pengolahan Kelapa Sawit (Pks) Kabupaten Konawe. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(2), 31–40. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i2.10>

