

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Teratai Tangerang

Richie¹⁾, Diana Silaswara²⁾
¹²Universitas Buddhi Dharma

Email : richie007ku@gmail.com, diana.silaswara@ubd.ac.id

ABSTRAK

Kafe adalah sebuah tempat yang menjadi tren dimana banyak sekali anak muda yang kumpul – kumpul dan mengobrol. kafe teratai adalah salah satu kafe yang menarik dan unik. Melihat adanya berbagai masalah yang dihadapi oleh kafe teratai, peneliti kemudian meneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, gaya hidup dan variasi produk terhadap keputusan pembelian di kafe teratai. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *Non-Probability Sampling* adalah suatu metode pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Teknik pengambilan data dilakukan dengan teknik kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari 101 responden. Jawaban para responden dianalisis dengan menggunakan alat regresi linear berganda yang dioperasikan dengan program SPSS V.29 Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup dan Variasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji F sig $0,001 < 0,05$ dengan nilai koefisien determinasi sebesar 79,9%. Secara partial, Kualitas Pelayanan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, Gaya Hidup dengan nilai $0,000 > 0,05$, Variasi Produk dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, dan variasi produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Industri jasa makanan di Indonesia telah menjadi salah satu sektor yang paling dinamis, dan persaingan di sektor ini semakin meningkat karena banyaknya restoran, kafe dan kedai kopi yang bermunculan dengan menawarkan berbagai pilihan menu dan pengalaman pelanggan yang baru. Saat ini, banyak sekali anak muda yang suka kumpul bersama dan kafe menjadi tempat destinasi populer bagi kalangan remaja dengan berbagai tujuan seperti kumpul bersama, mengejarkan tugas dan mendengarkan musik. Anak muda zaman sekarang dalam memilih suatu kafe mempertimbangkan kafe yang dapat memberikan pengalaman yang unik dan baru. Kafe Teratai adalah satu dari banyak lembaga restoran yang diciptakan dengan memberikan pengalaman yang unik dimana tidak banyak kafe yang memberikan pengalaman unik terutama di daerah Tangerang, dimana Kafe Teratai memiliki satu konsep yang menarik yaitu adalah kafe vegetarian. Gaya hidup adalah pola hidup atau adaptasi aktif seseorang terhadap kondisi social dalam rangka memenuhi kebutuhan social dengan orang lain.

Setelah selesai melakukan observasi kemudian peneliti melakukan wawancara dengan pemilik kafe, peneliti bertanya di Kafe Teratai sendiri menurut pemilik sendiri ada masalah apa saja, dan pemilik menjelaskan bahwa terdapat berbagai masalah dimana dari kualitas pelayanan yang masih bisa ditingkatkan, lalu variasi produk yang tidak terlalu banyak dan yang terakhir dimana gaya hidup bervegetarian yang tidak terlalu populer dikarenakan konsep dari Kafe Teratai adalah Kafe Vegetarian

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut (Adytya et al., 2024; Budi et al., 2024; Cindy Yonuari et al., 2024; Desilie et al., 2024; Fransisca Imanuel, 2024; Liman et al., 2024; Martin et al., 2024; Parameswari et al., 2024; Purnamasari et al., 2024; Putri et al., 2024; Raisya Pratiwi Kusnawan & Kusnawan, 2024; Soetiyono et al., 2024; Tarunay et al., 2024; Yehuda et al., 2024) menyatakan bahwa :

“kualitas pelayanan tergolong sebagai suatu sudut pandang yang dimiliki konsumen dalam jangka panjang dan penilaian kognitif dari pemberi layanan. Kualitas pelayanan adalah tolak ukur tingkat keunggulan yang berkaitan dengan perkembangan harga, atau harapan konsumen terhadap layanan dan kinerja yang diberikan”

Menurut Kasmir dalam (Christianto & Gultom, 2024; Damma Setiawan & Mutiara Dewi, 2024; Herdyanto, 2024; Komara et al., 2024; Limajatini et al., 2024; Prayoga et al., 2024; X. M. Susanto, 2024; Tintje Beby et al., 2024; Yehezkiel & Gultom, 2024; IJMAKII, 2024) menyatakan bahwa :

“kualitas pelayanan adalah tingkat kepuasan yang dicapai pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, yang mempunyai dampak langsung akibat kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan.”

Menurut Zeithaml dalam (Alexander, Rini, et al., 2024; Alexander, Yanti Puspa Rini, et al., 2024; Asyari Adhitya, 2023; Feny & Rini, 2024; Handayani et al., 2024; Jonatan & Kiki, 2023; Kiki & Marsella Yudhita, 2023; Kirtileka, 2024; Limajatini et al., 2023; Octaviani & Gultom, 2023; Pranata & Rini, 2024; Produk et al., 2024; Samosir et al., 2023; Wicaksono et al., 2023; Yoyo et al., 2024) menyatakan bahwa :

“kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan atas keunggulan dan keistimewaan suatu produk dan layanan yang diberikan secara menyeluruh. Sedangkan kualitas pelayanan dirasakan

sebagai hasil dari proses evaluasi yang dimulai dari persepsi pelanggan terhadap pelayanan dan hasil dengan apa yang diharapkan konsumen”

Gaya Hidup

Menurut Sumarwan dalam (Avraini & Suhendra, 2023; Candraniawati & Suhendra, 2023; Charles & Gultom, 2023; Elsi Deriah & Suhendra Suhendra, 2023; Julian & Suhendra, 2023; Kurniadi & Gultom, 2023; Kurniawan et al., 2023; Luman & Limajatini, 2023; Naili et al., 2023; Priyowidodo, 2023; Winata et al., 2023) menyatakan :

“Gaya hidup adalah gaya hidup seseorang yang diungkapkan dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya tentang bagaimana ia membelanjakan uangnya dan menghabiskan waktunya.”

Menurut (Apriliani & Nana, 2023; Dandi et al., 2023; Dimas Mulia dan Alexander, 2023; Juniantan et al., 2023; Kristian & Yoyo, 2023; Marlina & Samosir, 2022; Merek et al., 2023; Michael et al., 2023; Ruditta1 & Rini, 2023; V. I. Susanto & Alexander, 2023; Sutisna & Sutrisna, 2023; Suwardi & Yanti Puspa, 2023; Triwibowo & Sutisna, 2023; Yaputra & Yoyo, 2023; Yoyo et al., 2023) menyatakan bahwa :

“Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang dalam aktivitas, hobi dan menggambarkan hidup orang tersebut melalui cara bagaimana ia membelanjakan uangnya dan menghabiskan waktu di pola hidup yang dijlankan.”

Menurut (Antonia & Alexander, 2022; Asep Suhendar Aprilia, 2022; Erlina Sandya Prabawati & Arif Nugroho Rachman, 2022; Fustriandi et al., 2022; Handry, 2022; Limajatini et al., 2022; Listya & Limajatini, 2022; Nana & Stefanus, 2022; Shino et al., 2022; Suhendra et al., 2022; Suhendra, 2022; Susanti et al., 2022; Wulandari & Limajatini, 2022) menyatakan bahwa:

“Gaya Hidup dalam arti luas mengacu pada bagaimana orang waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan (kepentingan), dan bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri gaya hidup yang ditentukan oleh cara anda berpikir tentang diri sendiri dan dunia.”

Variasi Produk

Menurut Kotler dalam (Baringin, 2021; Brittany, Ravena Gabriela, 2022; Gulo & Yoyo, 2022; Hanitha et al., 2022; Juan Barus et al., 2021; Kiki & Arisona, 2021; Melatnerbar et al., 2021; Setiawan & Rini, 2022; Suhendra et al., 2021; Warongan et al., 2022; Wibowo et al., 2021; Wilyanto, 2022) menyatakan :

“Variasi produk adalah unit – unit berbeda dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau karakteristik lainnya.”

Menurut (Anggraeni et al., 2021; Hernawan et al., 2021a; Istiyawari et al., 2021; N. Sutisna, 2021; Sandi, 2021; Sugandha et al., 2021; Sutandi et al., 2021; Trida et al., 2021; Yoyo & Anugrah, 2021; Yuniastri et al., 2021) menyatakan :

“Variasi produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk penjualan tertentu kepada konsumen dan perbedaannya terlihat secara langsung dan dapat dibedakan secara visual”

Menurut (Agustina et al., 2021; Ginny & Andy, 2021; Gultom & Gunawan, 2020; Hernawan et al., 2021b; Kiki, Samosir, et al., 2020; Kiki, Susanti, et al., 2020; Parameswari et al., 2021; Pramitasari, 2020; Rini & Winata, 2021; Sidauruk et al., 2021; Sutisna, 2020a; Tannia et al., 2021; Winata et al., 2020; Yoyo, 2021) menyatakan :

“Variasi produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama memberikan konsumen pilihan yang alternative dalam memilih produk.”

Keputusan Pembelian

Menurut (. & Murwaningsari, 2019; Dinata et al., 2019; Hernawan et al., 2019; Kusnawan et al., 2020; Limajatini et al., 2019; Natalia et al., 2020; Sutisna, 2020b; Ummah, 2019; Yoyo et al., 2019; Yoyo & Listen, 2020; Z.Dhea, N. Ari, Andy, 2020) menyatakan :

“Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan pembelian. Ini termasuk memutuskan apa yang harus dibeli dan apa yang tidak boleh dibeli. Keputusan ini didasarkan pada aktivitas sebelumnya.”

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (. & Murwaningsari, 2019; Hernawan et al., 2019; Kusnawan et al., 2020; Limajatini et al., 2019; Z.Dhea, N. Ari, Andy, 2020) menyatakan :

“Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan dimana konsumen memilih untuk benar – benar membeli suatu produk dari antara berbagai pilihan.”

Menurut (Andy, 2018; Andy & -, 2018; Andy & Megawati, 2019; Hernawan & Andy, 2018, 2019; Kusnawan et al., 2019; Sutrisna, 2016) menyatakan :

“Keputusan pembelian merupakan fase proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum perilaku pasca pembelian. Sebelum memutuskan membeli suatu produk, konsumen sebaiknya mempertimbangkan beberapa pilihan alternatif pilihan terlebih dahulu. Setelah konsumen mengambil keputusan berdasarkan keputusan tersebut, mereka mengambil tindakan.”

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif Menurut (Musianto, 2002) dalam penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus, dan kepastian data numerik dalam perencanaan, proses, pembentukan hipotesis, metode, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel Kualitas Pelayanan (X1), Gaya Hidup (X2), dan Variasi produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Kafe Teratai.

Objek Penelitian

Kafe Teratai adalah bisnis yang bergerak di bidang FnB yang menjual produk makanan dan minuman dengan konsep vegetarian yang terletak di JL. Gatot Subroto No.10, RT.003/RW.001, Jatiuwung, Kec. Cibodas, Kota Tangerang, Banten 15138.

Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

“Data Primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk keperluan penelitian khusus.”

b. Data Sekunder

“Data Sekunder ialah data yang terkumpul atau diperoleh dari data yang telah ada sebelumnya.”

Populasi

Sugiyono menyatakan bahwa:

“Populasi adalah area umum yang terdiri dari objek/subjek dengan jumlah dan karakteristik khusus yang bisa diidentifikasi melalui penelitian dan disimpulkan.”

Sampel

Sampel menurut Sugiyono menyatakan bahwa:

“Sebuah sampel merupakan sebagian kecil yang mewakili ukuran serta karakteristik dari sebuah populasi.”

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi berganda, uji hipotesis (uji parsial dan uji simultan), dan uji koefisien determinasi. Penulis melakukan pengolahan data menggunakan program *Statistic Product and Service Solution (SPSS 29)*.

Hasil

1. Tabel Model Summary

a. Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R Square (R ²)	STD Error
Kualitas Pelayanan	79,9%	20,1%
Gaya Hidup		
Variasi Produk		

Berdasarkan hasil yang didapatkan, diketahui bahwa nilai *adjusted R square* memberikan pengaruh terhadap kualitas pelayanan, gaya hidup, dan variasi produk sebesar 79,9%. Sementara itu, presentase lainnya sebesar 20,1% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

2. Tabel Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.774	2.207		5.335	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.682	0.052	0.796	13.106	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel di atas, terlihat bahwa nilai signifikansi antara nilai kualitas pelayanan (X1) dan keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, H1 diterima dan H0 ditolak. Dengan thitung $13,106 > t_{tabel} 1,66055$, variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.426	1.954		6.873	0.000
	Gaya Hidup	0.680	0.049	0.815	13.985	0.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa nilai signifikansi untuk hubungan antara gaya hidup (X2) dan keputusan pembelian (Y) adalah 0,000 yang kurang dari 0,05. Hal ini berarti bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Selain itu, dengan nilai thitung 13,985 > ttabel 1,66055 menunjukkan bahwa gaya hidup (X2) berkontribusi signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.410	1.903		4.945	0.000
	Variasi Produk	0.778	0.047	0.856	16.456	0.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Dari tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi variasi produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah 0,000 < 0,05, menunjukkan H1 diterima dan H0 ditolak. Variabel variasi produk (X3) memiliki thitung 16,456 > ttabel 1,66055, artinya variabel tersebut berkontribusi terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3035.405	3	1011.802	118.700	<.001 ^b
	Residual	826.833	97	8.524		
	Total	3862.238	100			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup						

Menurut tabel di atas, hasil uji f menunjukkan nilai F sebesar 118,700 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Hasil uji statistik F juga menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 118,700 lebih besar dari ftabel 2,66 dengan tingkat signifikansi 0,001. Dikarenakan tingkat signifikansi di bawah <0,05, maka hipotesis dapat diterima, yang berarti variabel Kualitas Pelayanan (X1), Gaya Hidup (X2), dan Variasi Produk (X3) memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan penulis, penulis menyimpulkan analisis data yang diteliti yaitu:

1. Nilai koefisien determinasi (R²)

Koefisien r adalah 0,887 sementara persentase R² adalah 79,9%. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki dampak sebesar 79,9% terhadap variabel dependen. Sementara itu, 20,1% sisanya terpengaruh oleh faktor lain atau di luar cakupan penelitian ini.

2. Kualitas Pelayanan

H₀ ditolak sementara H_{a1} diterima. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan pada keputusan pembelian di Kafe Teratai. Kesimpulan tersebut didasarkan pada fakta bahwa nilai t hitung sebesar 13,106 lebih besar dari nilai t tabel 1,65536 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa uji statistik membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Gaya Hidup

H₀ ditolak sedangkan H_{a2} diterima. Ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian di Kafe Teratai. Kesimpulan ini dapat ditarik dari nilai t hitung 13,985 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,65536 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa gaya hidup berdampak positif terhadap keputusan pembelian berdasarkan uji statistik tersebut

4. Variasi Produk

bahwa hipotesis nol ditolak sementara hipotesis alternatif ketiga diterima. Ini menunjukkan bahwa perubahan variabel produk memiliki pengaruh yang penting dalam keputusan pembelian di Kafe Teratai. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai thitung 16,456 yang lebih besar dari ttabel

1,65536, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji statistik ini menunjukkan bahwa variasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

REFERENSI