

**STUDI MENGENAI PENGELOLAAN
ATMOSFER KAFE DAN KUALITAS LAYANAN
UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN**
(Studi Empiris pada Converso Coffee & Eatery Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

Larsen A. Nainggolan
NIM: 12010115120038

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Larsen A.Nainggolan

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120038

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **STUDI MENGENAI PENGELOLAAN
ATMOSFER KAFE DAN KUALITAS
LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Empiris
pada Converso Coffee & Eatery Semarang)**

Dosen Pembimbing : Prof. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA

Semarang, 10 Mei 2019

Dosen Pembimbing,

Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA.,DBA
NIP.1955.0423.1980.03.1.003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Larsen A.Nainggolan

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120038

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **STUDI MENGENAI PENGELOLAAN
ATMOSFER KAFE DAN KUALITAS
LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Empiris
pada Converso Coffee & Eatery Semarang)**

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 27 Mei 2019

Tim penguji:

1. Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA.,DBA (.....)
2. Drs. Suryono Budi Santosa, MM (.....)
3. Rizal Hari Magnadi, SE, MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Larsen A.Nainggolan, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“STUDI MENGENAI PENGELOLAAN ATMOSFER KAFE DAN KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Empiris pada Converso Coffee & Eatery Semarang)”** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 10 Mei 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Larsen A.Nainggolan

NIM. 12010115120038

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Ajarilah kami menghitung hari-hari kami sedemikian, hingga kami beroleh hati
yang bijaksana”

(Mazmur 90:12)

Skripsi ini dipersembahkan khusus untuk:

Tuhan Yesus Kristus,

Kedua orang tua.

ABSTRAK

Bisnis kafe merupakan bisnis yang persaingannya cukup ketat, bahkan untuk daerah yang relative kecil seperti Tembalang terdapat sedikitnya 18 bisnis kafe. Selain itu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu tentang bagaimana pengaruh emotional value terhadap keputusan pembelian menjadi latar belakang penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2005) menghasilkan bahwa emotional value tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sa'adah (2018) menghasilkan bahwa emotional value berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atmosfer kafe, kualitas layanan, emotional value dan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada Converso Coffee & Eatery Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Converso Coffee & Eatery Semarang. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 101 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh dari kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atmosfer kafe, kualitas layanan, emotional value dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : atmosfer kafe, kualitas layanan, emotional value, variasi produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Tourism is one of the sectors that continues to rapidly grow in size, in particular in business like café. Hanging out or spending quality time with friends and family has become habits that drive people toward a new behavioral change. This changing pattern and lifestyle of consumers made cafe expand. The opportunity was responded directly by businessmen by establishment of new cafes. To be able to survive and compete, a company must be able to make the right decisions and strategies. The purpose of this study is to determine the effect of cafe atmosphere, service quality, emotional value and product variation on purchasing decisions at Converso Coffee & Eatery Semarang. While population in this study is the consumers of Converso Coffee & Eatery Semarang, the number of samples used was 101 people who were selected using purposive sampling. Data obtained from questionnaires were then analyzed using the AMOS program. The result of this study indicates that the cafe atmosphere, service quality, emotional value and product variation have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: cafe atmosphere, service quality, emotional value, product variety, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Mengucap syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena kasih setia dan pertolongannya yang memampukan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **STUDI MENGENAI PENGELOLAAN ATMOSFER KAFE DAN KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Empiris pada Converso Coffee & Eatery Semarang)** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E, M.E selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Dr. H. Mochammad chabachib, Msi., Akt. selaku Dosen Wali yang senantiasa membimbing dan membantu penulis selama proses studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Bapak Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA.,DBA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, semangat, serta saran yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Segenap karyawan Converso Coffee & Eatery Semarang khususnya Bapak Risky yang sudah dengan tulus dan senang hati menerima dan membantu saya dalam melakukan proses penelitian.
7. Kedua orang tua tercinta Bapak Pangihutan Nainggolan dan Ibu Mour Siahaan yang senantiasa menopang saya di dalam doa, memberikan kasih sayang dan cinta yang tiada henti.

8. Abang dan adek saya Refdi Nainggolan, Christian Nainggolan, Roy Nainggolan dan Febryani Nainggolan yang selalu memberi dukungan dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat seperjuangan di manajemen yang sudah menemani sejak awal kisah ini dimulai, sahabat berjalan mengenal Semarang Farina Tarigan, Jelita Nababan, Andry Padang, Alm.Benny Ronaldo, Yuni Silalahi, Sarah Aritonang, Erini Tambunan, Larsen Nainggolan, Erianto Sinaga, Mike Marpaung, Crysna Sitanggang.
10. KTB Aboda Na'am Yehezkiel Feri, Darwis Hutabarat, Erianto Sinaga, Samuel Putro adi, Timothy Simamora yang selalu setia mendengar keluh kesah dan menjadi wadah pertumbuhan iman.
11. Anak Manis yang menjadi rekan seperjuangan dan memberikan pengalaman berorganisasi yang sangat berkesan di PMK FEB UNDIP.
12. Sahabat-sahabat saya Denny Osman, Timothy Simamora dan Samuel Putro Adi terimakasih telah menghilangkan kebosanan dan kejenuhan selama perkuliahan.
13. Keluarga 'Dongan Sahuta' yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama proses perkuliahan. Terimakasih untuk kebersamaan dan kepeduliannya selama ini.
14. Rekan satu kontrakan: Franky Sirait, Paolo Lubis dan Otto Simanjuntak terimakasih telah menjadi teman satu atap yang selalu siap membantu selama 3 tahun ini. Semoga JP.

15. KKN TIM II UNDIP 2018 Desa Jimbaran: Jefri, Jati, Faiq, Laila, Nella, Rivi, Niri, Rosyana dan Belinda yang sudah mau berbagi hidup yang penuh kenangan selama 42 hari
16. Kesma 2017, 2018 terimakasih telah menjadi rekan kerja yang setia dan membangun selama berorganisasi.
17. Kakak dan Abang Alumni yang selalu memberikan semangat, dukungan dan arahan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi.
18. Helentina Simanjuntak yang selalu memberikan dukungan, semangat, perhatian dan kasih kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan. Terima kasih ,segala yang terbaik buatmu.
19. Semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih karena kalian telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang kalian tabur bisa kalian tuai dikemudian hari

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	39
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Metode Analisis Data	45
BAB IV HASIL ANALISIS	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.2 Analisis SEM	59
4.3 Pembahasan	78

BAB V PENUTUP.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi Teoritis.....	83
5.3 Implikasi Manajerial.....	84
5.4 Keterbatasan Pembelian	85
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	85
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Usaha Restoran Kafe di Semarang	2
Tabel 1. 2 Daftar Kafe di Tembalang.....	2
Tabel 2. 1 Daftar Dimensi Kualitas Menurut Para Ahli	27
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Tiap Bulan.....	58
Tabel 4. 6 Kriteria Goodness-of-Fit Confirmatory Factor Analysis	62
Tabel 4. 7 Regression Weights Confirmatory Factor Analysis	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Full Model SEM	65
Tabel 4. 9 Regression Weights Full Model SEM	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4. 11 Hasil Mahalanobis Distance.....	69
Tabel 4. 12 Uji Validitas dengan Uji Convergent Validitas	71
Tabel 4. 13 Uji Construct Reliability	72
Tabel 4. 14 Uji Hipotesis	74
Tabel 4. 15 Nilai Standardized Direct Effect	76
Tabel 4. 16 Nilai Standardized Indirect Effect.....	76
Tabel 4. 17 Nilai Standardized Total Effect.....	77
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4. 1 Uji Confirmatory Factor Analysis.....	61
Gambar 4. 2 Full Model SEM.....	64
Gambar 4. 3 Standardized Residual Covariances	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner	93
LAMPIRAN 2 Daftar Jawaban Responden	98
LAMPIRAN 3 Confirmatory Factor Analysis	102
LAMPIRAN 4 Analisis SEM Full Model.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya daya saing dalam pasar membuat para pengusaha bisnis harus terus bekerja dan berbenah. Globalisasi mengarah pada persaingan yang lebih ketat serta peningkatan permintaan pelanggan membuat organisasi bisnis cenderung mencari keunggulan kompetitif dengan menghasilkan produk dengan fitur yang lebih banyak, seperti kualitas produk, fleksibilitas dan pengiriman yang dapat diandalkan (Dirisu, Iyiola, & Ibidunni O., 2014). Persaingan baru muncul dari segala arah, dari pesaing lokal maupun nasional bahkan global. Tantangan juga datang dari jenis bisnis yang berbeda yang mungkin saja mengancam keberlangsungan suatu organisasi bisnis. Perusahaan yang cepat merasa puas dan nyaman dengan posisinya, perlahan akan dihancurkan oleh pesaing.

Menurut Asosiasi Pengusaha Kafe Restoran Indonesia (Apkrindo) bisnis kafe di tahun 2015 tumbuh sekitar 15-20% dan diprediksi akan semakin berkembang seiring perubahan gaya hidup masyarakat.

Tabel 1. 1**Jumlah Usaha Restoran Kafe di Semarang**

Tahun	Jumlah Restoran
2012	137
2013	138
2014	191
2015	191
2016	236

Sumber: jateng.bps.go.id

Berdasarkan tabel yang tersaji diatas kita dapat mengetahui jumlah restoran yang ada di Kota Semarang dari tahun 2012-2016. Dari tabel tersebut kita mengetahui bahwa jumlah restoran yang ada di Kota Semarang dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Data tersebut berbanding lurus dengan fenomena yang dialami di lapangan. Banyak kafe baru bermunculan dengan konsep yang berbeda. Fenomena ini menciptakan persaingan yang cukup ketat pada bisnis kafe.

Tabel 1. 2**Daftar Kafe di Tembalang**

No	Nama Kafe	Alamat
1.	Du Café	Jl. Durian Raya No. 21, Pedalangan.
2.	Café Omong Obrolan Lanang	Jl. Bulusan Utara Raya, Tembalang
3.	Nayyaz Café & Bistro	Jl. Karengrejo Raya No.60.
4.	Opium Café	Jl. Tusam Raya No.26, Pedalangan.
5.	Parlour Café	Jl. Tito Agung No.77, Pedalangan.
6.	Taman Joglo Café	Jl. Tirto Agung Barat V, Pedalangan.
7.	Kopi Mijnheer	Jl. Sukun Raya
8.	Stove Syndicate Coffee & Waffle	Jl. Ngesrep Timur V No. 27
9.	I-Cos	Jl. Ngesrep Timur V No. 8
10.	Lunar Caffé	Jl. Waru Raya, Pedalangan.
11.	Kopi Benteng	Pedalangan, Banyumanik.

12.	Funky Munky	Jl. Jatimulyo, Tembalang.
13.	Golden Brown Café	Jl. Tirto Agung No 12, Pedalangan
14.	Five Points Coffee and Chocolate	Jl. Ngesrep Timur V, Sumurbroto
15.	Atlas & Co.	Jl. Jati raya No. 51, Banyumanik
16.	Anak Panah Kopi	Jl. Banjarsari selatan 48, Tembalang
17.	JENDELA Coffe Brewers	Jl. Banjarsari selatan 48, Tembalang
18.	Tower Café Semarang	Jl. Banjarsari selatan 48, Tembalang

Sumber: Lestari dan Soesanto (2017), Data primer 2019

Dari Tabel 1.2 diatas dapat dilihat terdapat sekitar 18 kafe yang berada di daerah Tembalang. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi pada usaha kafe di daerah Tembalang adalah sangat ketat. Pesatnya perkembangan usaha kafe di Tembalang tidak lepas dari latar belakang penduduknya. Sebagian besar penduduk Tembalang adalah mahasiswa Universitas Diponegoro. Tentunya situasi ini merupakan potensi pasar yang cukup menjanjikan bagi usaha kafe, namun sekaligus membawa masalah karena menimbulkan persaingan yang tinggi. Kafe yang tidak menawarkan jasa dan produk yang menarik akan ditinggal oleh konsumennya. Banyaknya kafe yang tersedia memberikan pilihan yang beragam bagi konsumen. Tidak sulit bagi konsumen untuk berpindah dari kafe yang biasa didatangi ke kafe lain yang lebih menarik. Perkembangan teknologi dan ilmu komunikasi juga mempengaruhi persaingan usaha kafe. Konsumen bisa dengan mudah memperoleh informasi tentang suatu usaha melalui media sosial. Informasi tersebut dapat diterima dari akun sosial media usaha itu sendiri atau dari akun sosial media lainnya.

Converso Coffee & Eatery adalah salah satu kafe yang ada Semarang. Tepatnya berada di Jl. Durian Raya No.52c Banyumanik. Dahulu Converso merupakan kafe yang bernama Blackbone Coffee. Namun pada tanggal 04 November 2017, Blackbone berganti konsep dengan menciptakan layout yang lebih menarik dan varian produk yang lebih lengkap. Converso menawarkan konsep layout yang beragam. Mulai dari ruangan ber-AC, ruangan tanpa AC, lantai dua serta outdoor yang dilengkapi dengan lilin dan pencahayaan yang ekostotis. Selain perubahan pada layout, Converso juga memperbanyak varian produk yang disediakan. Sampai sekarang Converso menyediakan berbagai jenis kopi, teh, juice, minuman squash, smoothies, coklat, pasta&pizza, sayuran, snack, soup, steak, Western food, Asian food. Dengan perubahan tersebut diharapkan Converso mampu bersaing dan maju di tengah ketatnya persaingan.

Converso memiliki dua jenis layout, yaitu indoor dan outdoor. Untuk indoor terdapat dua lantai didesain senyaman mungkin mungkin untuk semua golongan umur, sedangkan pada layout outdoor didesain di taman dengan nuansa yang romantic dan pencahayaan yang bagus. Hal ini merupakan salah satu keunggulan bersaing Converso mengingat kafe yang menawarkan layout outdoor masih jarang ditemukan di sekitar Tembalang atau bahkan hanya Converso.

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat dilihat banyaknya pesaing yang dapat mengancam keberlangsungan usaha Converso. Pelanggan mempunyai alternative pilihan yang cukup banyak sehingga tidak sulit bagi pelanggan untuk berpindah dari suatu kafe ke kafe lain. Hal ini dibuktikan oleh tingkat penjualan Converso

yang fluktuatif setiap bulan. Oleh karena itu Converso harus berbenah agar bisa tetap bersaing dan eksis ditengah banyaknya usaha kafe dan restoran saat ini. Salah satu caranya adalah dengan memantapkan keputusan pembelian konsumen Converso.

Perspektif pengambilan keputusan pada teori perilaku konsumen adalah menekankan pada pendekatan pemrosesan informasi yang rasional terhadap perilaku pembelian konsumen. (Mowen dan Minor, 2002). Keputusan pembelian merupakan salah satu cara terbaik agar dapat memprediksi perilaku konsumen pada tahap selanjutnya (Sa'adah, 2018). Semakin mantap keputusan pembelian maka pelanggan akan semakin loyal. Oleh karena itu, keputusan pembelian harus dikelola dengan baik, karena dengan begitu akan menciptakan asset strategis yaitu pelanggan yang setia.

Suasana toko merupakan manipulasi desain bangunan , ruang interior, tekstur karpet dan dinding, bau, warna, bentuk dan suara yang dialami pelanggan dalam rangka mencapai pengaruh tertentu (Mowen dan Minor, 2002). Suasana toko mempengaruhi keadaan emosional pembeli, yang kemudian mendorong untuk meningkatkan atau mengurangi belanja. Menurut Jalil dan Zainuddin (2015) atmosfer toko merupakan lingkungan usaha yang ditata sedemikian rupa agar memberi kesan menarik bagi pelanggan yang terdiri dari wifi, suasana, tata letak, estetika fasilitas dan faktor karyawan. Layout dan atmosfer yang menarik akan menarik animo konsumen untuk datang ke kafe tersebut. Atmosfer yang dibangun Converso sudah cukup menarik. Converso menawarkan dua layout yaitu indoor dan

outdoor dengan memberikan kombinasi antara pewarnaan dan pencahayaan yang indah.

Salah satu karakteristik sebagian besar pasar saat ini adalah meningkatnya daya saing (Hosseini dan Ganji, 2015). Perkembangan pasar sangat dinamis dan kompetitif. Daya saing ini berarti kebutuhan akan keunggulan kompetitif yang signifikan yang menghasilkan kelangsungan hidup perusahaan di pasar dan keunggulan kompetitif tersebut tidak dapat dicapai tanpa pengetahuan dan penerapan strategi yang tepat dan menerapkan metode pemasaran yang efektif dan efisien. Salah satu cara yang dapat diterapkan pelaku usaha dengan menawarkan kualitas pelayanan yang mumpuni. Menurut Chen, Li dan Liu (2018) kualitas pelayanan mencerminkan keseluruhan penilaian konsumen atas suatu upaya penyedia layanan dan apakah layanan tersebut sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan, sebagai akibatnya akan mempengaruhi niat mereka untuk membeli kembali. Layanan yang berkualitas akan menciptakan nilai tambah produk yang ditawarkan. Suatu keputusan pembelian dapat tercapai apabila konsumen merasakan nilai tambah dari produk yang ditawarkan. Pelayanan yang diberikan Converso sudah cukup baik. Dapat dilihat karyawan Converso selalu ramah dan senyum terhadap konsumen. Pada layout lantai dua terdapat fasilitas bel untuk memudahkan pelanggan dalam memanggil karyawan apabila membutuhkan sesuatu.

Dalam proses mengambil keputusan, setiap pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah emosi. Emosi merupakan perasaan sebagai

respon atas keadaan yang sedang dihadapi. Keadaan emosional terdiri dari dua perasaan yang dominan yaitu kesenangan dan gairah, kombinasi unsur tersebut mempengaruhi konsumen untuk menghabiskan lebih sedikit atau lebih banyak waktu di toko (Mowen dan Minor, 2002). Emotional value merupakan manfaat yang berasal dari perasaan yang menyatakan kenikmatan atau kesenangan yang dihasilkan oleh suatu produk (Asshidin, Abidin dan Borhan, 2016). Agar dapat menciptakan emosi positif bagi pelanggan, pelaku usaha harus mampu memberikan pelayanan yang maksimal, suasana layout yang nyaman dan menarik. Perasaan senang, gembira dan bergairah akan memberi nilai tambah tersendiri bagi setiap konsumen. Oleh karena itu emotional value merupakan salah satu faktor yang harus ditawarkan pelaku usaha untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian. Saat ini converso sudah cukup berhasil memberikan rasa nyaman dan senang terhadap konsumennya. Dengan menawarkan suasana yang eksotis dan menarik serta dukungan pelayanan yang baik mampu menumbuhkan nilai emosional bagi pelanggan.

Produk yang variatif juga berperan besar untuk mendapatkan perhatian pelanggan. Variasi produk yang menarik dapat memberi kepuasan emosional kepada pelanggan (Lestari, 2013). Banyaknya variasi produk yang ditawarkan memberikan alternatif pilihan yang cukup bagi pelanggan. Variasi produk juga mendukung bagi berkembangnya pola perilaku konsumen. Pola perilaku konsumen yang gemar memamerkan makanan di media sosial akan cocok dengan berbagai pilihan produk yang disediakan. Variasi produk yang ditawarkan Converso sudah sangat beragam mulai dari jenis minuman kopi, teh, juice dan beragam jenis

minuman lainnya. Begitu juga dengan menu makanan yang cukup lengkap seperti nasi goreng, ayam, pasta, pizza, stick, soup, snack, jenis makanan barat dan asia dan lain-lain.

Salah satu Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana pengaruh atmosfer kafe, kualitas pelayanan, emotional value, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu terdapat kesenjangan penelitian yang hendak ditutup dalam penelitian ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo, 2005) menunjukkan bahwa emotional value tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun penelitian terbaru yang dilakukan oleh Sa'adah (2018) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu emotional value mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian tentang pengaruh emotional value terhadap keputusan pembelian disertai dengan beberapa variable tambahan.

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang dan permasalahan diatas menunjukkan bahwa adanya fenomenal gap yaitu persaingan bisnis kafe yang sangat keta serta kesenjangan penelitian terdahulu tentang bagaimana pengaruh emotional value terhadap keputusan pembelian. Dari penjelasan diatas dapat dikembangkan masalah penelitian yaitu bagaimana meningkatkan keputusan pembelian pada Converso Coffee & Eatery dengan mempertimbangkan variabel atmosfer kafe, kualitas

pelayanan, emotional value, dan variasi produk. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah atmosfer kafe berpengaruh terhadap peningkatan emotional value berdampak pada keputusan pembelian Converso?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan emotional value berdampak pada keputusan pembelian?
3. Apakah emotional value berpengaruh terhadap keputusan pembelian Converso?
4. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Converso?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk melakukan analisis pengaruh atmosfer kafe terhadap emotional value
2. Untuk melakukan analisis pengaruh kualitas layanan terhadap emotional value
3. Untuk melakukan analisis pengaruh emotional value terhadap keputusan pembelian
4. Untuk melakukan analisis pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian.

untuk mengembangkan suatu model teoritis tentang keputusan pembelian, serta melakukan pengujian secara empiris untuk mengetahui pengaruh dari atmosfer kafe, kualitas pelayanan, emotional value dan variasi produk terhadap kemantapan keputusan pembelian pada Converso Coffe & Eatery.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari pada perkuliahan khususnya penerapan strategi pemasaran yang tepat pada lapangan bisnis yang sesungguhnya. Penelitian ini juga diharapkan menambah wawasan yang belum didapatkan sewaktu kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan atau membantu perusahaan dalam menetapkan strategi strategi pemasaran yang tepat. Sehingga kedepannya perusahaan bisa bersaing dan semakin berkembang.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi akademisi yang akan melakukan penelitian mengenai kafe khususnya pada Converso Coffee & Eatery, serta bagi akademisi yang akan melakukan penelitian mengenai variabel yang sama.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian. Bab ini menjelaskan apa yang menjadi alasan penelitian ini dilakukan serta memberikan batasan-batasan penelitian yang nantinya akan menjadi pedoman selama penelitian berlangsung.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini memberikan penjelasan dan pengertian dasar tentang Atmosfer Kafe, Kualitas Pelayanan, Emotional Value, Variasi Produk dan Keputusan Pembelian. Bab ini juga berisi materi dan teori dari berbagai penelitian sebelumnya, yang akan mempermudah penulis dalam melakukan penelitian.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisi metode yang akan digunakan dalam penelitian. Metode yang dimaksud meliputi jenis dan teknik pengumpulan data, sumber data, instrument penelitian dan metode analisis data.

BAB IV : Analisis dan Pembahasan

Bab ini merupakan inti dari penelitian karena dalam bab data yang diperoleh akan dianalisa dengan berbagai metode analisis. Bab ini menyajikan hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan serta pembahasannya pembahasannya.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran atas penelitian yang telah dilakukan.