
Pengaruh Citra, Kualitas Makanan Dan *Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Mina Peguyangan Di Denpasar

Ni Wayan Apriyanti ⁽¹⁾

I Gede Putu Kawiana ⁽²⁾

Made Dian Putri Agustina ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis, Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: wayanapriyanti17@gmail.com

ABSTRACT

Purchasing decision is a process of making a purchase decision which includes a decision to buy or not. The purpose of this study was to determine the effect of image, food quality and atmosphere on purchasing decisions either partially or simultaneously. This research was conducted at Warung Mina Peguyangan Denpasar. The number of samples taken as many as 100 people and tested using multiple linear regression analysis techniques. Based on the results of the analysis, it was found that image, food quality and atmosphere had a positive and significant effect on purchasing decisions. Suggestions that can be given to Warung Mina Peguyangan is that it is hoped that the management can build a good impression in the minds of consumers, pay attention to the temperature of the food served to match the type of menu offered, and be more effective in arranging tables and chairs so that consumers are comfortable when shopping.

Keywords: *image, food quality, atmosphere, purchase decision.*

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang meliputi keputusan untuk membeli atau tidak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra, kualitas makanan dan *atmosphere* terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan di Warung Mina Peguyangan Denpasar. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang dan diuji menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa citra, Kualitas makanan dan *Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Saran yang dapat diberikan kepada Warung Mina Peguyangan yaitu diharapkan manajemen dapat membangun kesan yang baik dibenak konsumen, memperhatikan temperatur makanan yang disajikan agar sesuai dengan jenis menu yang ditawarkan, serta lebih efektif dalam menata meja dan kursi sehingga konsumen nyaman saat berbelanja.

Kata kunci: *citra, kualitas makanan, atmosphere, keputusan pembelian.*

Pendahuluan

Di wilayah Denpasar terdapat banyak restoran, *cafe* dan tempat makan yang menyajikan berbagai macam pilihan makanan dan minuman bagi masyarakat yang ingin berkunjung. Berdasarkan data yang dikutip dari Badan Pusat Statistik Bali terkait banyaknya jumlah restoran dan tempat makan yang dirinci menurut Kabupaten/Kota di Bali, Kota

Denpasar termasuk salah satu wilayah yang memiliki jumlah restoran dan tempat makan terbanyak. Sebagaimana disampaikan melalui Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Jumlah Restoran dan Tempat Makan Menurut Kabupaten/Kota di Bali

No	Kabupaten/Kota	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Jembrana	76	134	136
2	Tabanan	40	80	80
3	Badung	823	823	823
4	Gianyar	622	612	952
5	Klungkung	146	243	245
6	Bangli	36	44	47
7	Karangasem	120	146	146
8	Buleleng	200	200	200
9	Denpasar	455	582	604

Sumber : bali.bps.go.id, 2021

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah restoran dan tempat makan di kota Denpasar terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018 jumlah restoran dan tempat makan di kota Denpasar sebanyak 455 unit usaha, kemudian di tahun 2019 meningkat menjadi 582 unit usaha dan di tahun 2020 jumlah restoran dan tempat makan di Denpasar mencapai 604 unit usaha dan menempati posisi ke-3 sebagai wilayah dengan jumlah restoran dan tempat makan terbanyak. Semakin meningkatnya jumlah bisnis restoran dan tempat makan di Denpasar menyebabkan persaingan bisnis juga semakin ketat, sehingga para pengusaha harus mampu menentukan strategi yang tepat agar bisnis yang dijalankan mampu bersaing serta dapat menarik konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian di tempat usahanya.

Salah satu bisnis kuliner yang berkembang di Bali yaitu Warung Mina. Warung Mina merupakan tempat makan dengan menu andalan olahan ikan segar, dengan racikan bumbu rempah-rempah yang memiliki ciri khas sendiri yang membedakan dengan tempat makan lainnya. Warung Mina memiliki beberapa cabang yang tersebar di seluruh Bali termasuk di wilayah Denpasar, salah satunya yaitu Warung Mina Peguyangan. Warung Mina Peguyangan terletak di jalan Antasura No. 91, Peguyangan Kangin, Denpasar. Salah satu cara melihat seberapa besar konsumen yang menjadikan Warung Mina Peguyangan sebagai pilihan utama melakukan pembelian adalah dengan melihat data penjualan dan data kunjungan. Adapun data

penjualan dan kunjungan konsumen Warung Mina Peguyangan periode bulan Januari sampai Desember tahun 2020 sebagai berikut.

Tabel 2. Data Penjualan dan Kunjungan Warung Mina Peguyangan Bulan Januari Sampai Desember 2020

No	Bulan	Penjualan Warung Mina Peguyangan (Rupiah)	Kunjungan Warung Mina Peguyangan (Orang)
1.	Januari	554.856.467	6.273
2.	Februari	435.991.182	5.012
3.	Maret	312.039.300	3.433
4.	April	86.807.100	952
5.	Mei	109.859.563	1.254
6.	Juni	131.908.411	1.671
7.	Juli	176.038.456	2.253
8.	Agustus	243.788.100	3.062
9.	September	213.128.400	2.651
10.	Oktober	250.923.571	3.110
11.	November	261.032.574	3.396
12.	Desember	373.675.258	4.624
	Total	3.150.048.382	37.691
	Rata-Rata	262.504.032	3.141

Sumber : Warung Mina Peguyangan, 2021

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa penjualan dan tingkat kunjungan pada Warung Mina Peguyangan periode Januari hingga Desember 2020 mengalami pasang surut atau berfluktuasi. Penjualan tertinggi adalah pada bulan Januari yaitu sebesar Rp. 554.856.467 sedangkan penjualan terendah adalah pada bulan April yaitu sebesar Rp. 86.807.100. Dari total data penjualan tersebut didapatkan rata - rata penjualan pertahun sebesar Rp. 262.504.032. Jika dilihat dari jumlah rata-rata penjualan pertahun terdapat beberapa bulan yang tingkat penjualannya berada di bawah rata - rata penjualan pertahun yaitu dari bulan April hingga bulan November. Sementara, untuk tingkat kunjungan tertinggi adalah pada bulan Januari yaitu sebanyak 6.273 orang sedangkan tingkat kunjungan terendah adalah pada bulan April yaitu sebanyak 952 orang. Dengan rata - rata tingkat kunjungan pertahun sebanyak 3.141 orang. Dari jumlah tersebut terdapat beberapa bulan yang tingkat kunjungannya berada di bawah rata - rata

kunjungan pertahun yaitu dari bulan April hingga bulan Oktober. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pihak manajemen, banyaknya bulan di sepanjang tahun 2020 yang tingkat penjualan dan kunjungannya berada di bawah rata-rata terjadi karena adanya pembatasan jam operasional akibat adanya pandemi Covid-19 dan menurunnya minat beli konsumen yang kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk citra, kualitas makanan dan *atmosphere* (suasana).

Dilihat dari pelayanan yang diberikan, karyawan di Warung Mina Peguyangan kurang tanggap atas permintaan konsumen seperti pesanan yang terlalu lama datang dan ditemukan terjadinya kesalahan antar pesanan. Hal inilah yang lambat laun dapat mengikis citra Warung Mina Peguyangan dibenak konsumen karena dirasa tidak sebaik pesaing lainnya. Terdapat beberapa persoalan yang perlu mendapat perhatian dari pihak manajemen Warung Mina Peguyangan terkait kualitas makanan seperti adanya keluhan dari konsumen tentang cita rasa makanan yang kurang konsisten, variasi menu *western* kurang banyak, dan kesegaran bahan makanan yang masih perlu diperhatikan terutama kesegaran bahan makanan yang digunakan untuk *plating* karena saat observasi di Warung Mina Peguyangan ditemukan bahan *plating* makanan yang digunakan sudah dalam keadaan tidak *fresh* dan mulai membusuk.

Hal lainnya yaitu terdapat beberapa persoalan terkait *atmosphere* (suasana) yang kemungkinan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian seperti area parkir yang kurang luas, wastafel cuci tangan yang kurang berfungsi secara maksimal, serta terkadang tercium aroma yang kurang sedap dari area sawah mengingat lokasi Warung Mina Peguyangan yang dekat dengan area persawahan yang kemungkinan menyebabkan konsumen enggan berkunjung ke Warung Mina Peguyangan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keterkaitan hubungan antara Citra, Kualitas Makanan dan *Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar. hasil penelitian ini nantinya bisa dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya berkaitan dengan manajemen pemasaran.

Menurut Kotler (dalam Wijaya, 2020), keputusan pembelian berkaitan dengan sistem pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan seseorang yang dipertimbangkan melalui pengetahuan dan pengalaman. Citra (*image*) adalah sebuah kepercayaan, inspirasi, dan kesan yang ditimbulkan seseorang terhadap suatu hal (Kotler dan Keller, 2012:274). Potter dan Hotchkiss (2012:90) menjelaskan kualitas makanan merupakan tingkat keunggulan yang ditonjolkan baik dalam segi rasa, wujud, maupun komposisi yang bisa diterima oleh masyarakat.

Atmosphere atau suasana adalah sebuah strategi pemasaran yang berkaitan dengan situasi yang menyebabkan pelanggan bertahan dan nyaman berada didalam resto (Istijanto, (2015:42)).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Armalinda dan Andayani (2020), mengemukakan bahwa citra dan *atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Niti Antari (2020), Rachmawati (2020), dan Vicky (2019), menyatakan bahwa citra, kualitas makanan dan *atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H₁:Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar

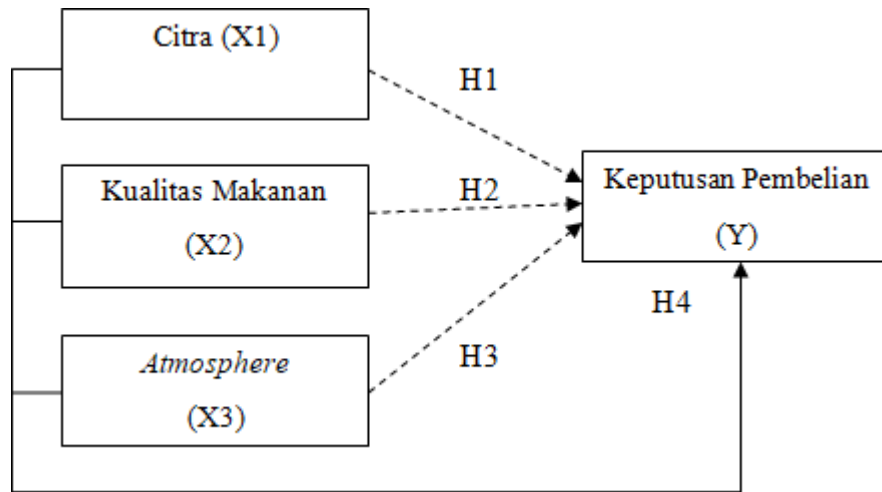
H₂:Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar.

H₃: *Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar.

H₄: Citra, kualitas makanan dan *atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuisisioner yang nantinya akan diolah menggunakan teknik analisis regresi linear berganda Lokasi penelitian dilakukan pada Warung Mina Peguyangan yang terletak di Jalan Antasura No. 91, Peguyangan Kangin, Denpasar. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang telah berkunjung dan melakukan pembelian di Warung Mina Peguyangan pada tahun 2020 yang berjumlah 37.691 orang. Jumlah sampelnya sebanyak 100 orang yang ditentukan menggunakan rumus slovin dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Rachmawati, 2020

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner didapatkan bahwa data dalam penelitian ini valid dan reliable karena memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,30 dan nilai *alpha* diatas 0,60. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik ditemukan bahwa data pada penelitian kali ini berdistribusi secara normal karena memiliki nilai 0,200 yang lebih besar dari nilai sig 0,05. Data dalam penelitian ini juga tidak mengalami gejala multikolinearitas dan gejala hetroskedastisitas. Sehingga, data dalam penelitian ini layak untuk dikaji lebih lanjut.

Tabel 3 Hasil Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.932	1.217		1.588	.116
Citra	.281	.059	.340	4.786	.000
Kualitas Makanan	.178	.052	.330	3.396	.001
Atmosphere	.152	.050	.283	3.025	.003

Sumber: Data Diolah 2021

Dari persamaan diatas maka dapat dibuat persamaan regresi penelitian ini adalah:

$$Y = 1,932 + 0,281 X1 + 0,178 X2 + 0,152 X3$$

Dari persamaan regresi diketahui bahwa keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 1,932 dengan syarat variabel lain diasumsikan bernilai 0. Citra merek dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,281 dengan syarat variabel lain bernilai 0.

Kualitas makanan dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,178 dengan syarat variabel lain bernilai 0. *Atmosphere* dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,152 dengan syarat variabel lain bernilai 0.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Model Summary ^b	
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.625	.613	1.53533

a. Predictors: (Constant), Atmosphere, Citra, Kualitas Makanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *R Square* sebesar 0,625. Hal ini berarti 62,5% variabel dependen keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen

Pada tabel 3 terlihat bawasannya berdasarkan uji t didapatkan:

1. Citra berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar. diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,786$ dan nilai signifikansi = 0,000.
2. Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar. Diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,396$ dan nilai signifikansi = 0,001.
3. *Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar. Diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,025$ dan nilai signifikansi = 0,003.

Tabel 5. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	377.495	3	125.832	53.381	.000 ^b
Residual	226.295	96	2.357		
Total	603.790	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Atmosphere, Citra, Kualitas Makan

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021

Citra, kualitas makanan dan *atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar. Diperoleh nilai

$F_{hitung} = 53,381$ dan nilai signifikansi = 0,000.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa Citra, kualitas makanan dan *atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Warung Mina Peguyangan di Denpasar. Berdasarkan hasil tersebut, diharapkan pihak manajemen dapat menjaga dan membangun kesan yang baik di benak konsumen serta lebih aktif dalam memperkenalkan Warung Mina Peguyangan kepada masyarakat salah satu caranya yaitu dengan menggunakan slogan yang menarik agar konsumen lebih mudah untuk mengingat nama dari Warung Mina Peguyangan sehingga lebih besar kemungkinan untuk konsumen melakukan pembelian Warung Mina Peguyangan. Diharapkan manajemen Warung Mina Peguyangan agar lebih memperhatikan temperatur makanan dan minuman yang disajikan kepada konsumen agar temperatur makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan jenis menu yang ditawarkan serta memastikan temperatur makanan yang disajikan tetap terjaga hingga sampai ke konsumen. Ketika temperatur makanan tidak sesuai dengan jenis menu yang ditawarkan dapat mempengaruhi cita rasa makanan yang disajikan. Diharapkan manajemen Warung Mina Peguyangan dapat menata meja dan kursi pengunjung secara lebih efektif seperti memperhatikan jarak antara meja dan kursi agar memudahkan konsumen berlalu lalang sehingga membuat konsumen merasa nyaman saat berbelanja. diharapkan pihak manajemen Warung Mina Peguyangan dapat menjalin hubungan baik dengan konsumen agar konsumen setia berkunjung ke Warung Mina Peguyangan dengan cara memberikan diskon harga, menjaga kualitas makan yang disajikan, memberikan pelayanan yang baik serta dengan menciptakan suasana berbelanja yang aman dan nyaman.

Daftar Pustaka

- Andayani, A. (2020). Analisis Pengaruh Suasana Toko dan Citra Toko Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lesehan Pondok Mio Lahat. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 16, No. 2, hal. 105-117.
- Antari, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nomand Restaurant Ubud. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Universitas Hindu Indonesia.
- Istijanto. (2015). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Askara.
- Naingolan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Terhadap Keputusan Pembelian di Richeese Factory Akses UI Depok. *Jurnal Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*. Vol. 15, No. 2, hal. 56-71.
- Nisak, D. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Mr. Crunch. *Jurnal EMA*. Vol. 5, No. 2, hal. 54-65.
- Potter, N. and J. H. (2012). *Food Science*, 5th Edition. New York: Chapman and Hal.

-
- Puja, U. (2021). Pengaruh Citra Koperasi, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota KSU. Wahyu Artha Sedana. *Jurnal Widya Amrita*. Vol. 1, No. 1, hal. 126-143.
- Rachmawati, D. (2020). *Keputusan Pembelian Ditinjau dari Atmosfer, Kualitas Produk dan Brand Image di Warung Apung Pondok Roso Klaten*. *Edunomika*. Vol. 4, No. 1, hal.163 - 170.
- Tendean, dkk. (2020). Pengaruh Viral Marketing, Store Location, dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian di MCDONALD'S Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 8, No. 1, hal. 146-155.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vicky. (2019). Pengaruh Food Qualit, Brand Image, Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Cafe Calibre. *Agora*. Vol. 7, No. 7.
- Wahyuningtias, P. dan I. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Atmosphere Place Terhadap Keputusan Pembelian Pada Loji Resto dan Cafe Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi UNP Kediri*. Vol. 6, No. 1, hal. 84-89.
- Widyanto, D. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 14, No. 1, hal. 1-6.
- Wirawan, N. (2017). *Statistika Ekonomi Bisnis. Edisi keempat*. Denpasar: Keraras Emas.
- Yurita, A. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir pengaraian.