

RINGKASAN

Aslam Faiz A. (08320180058). Pengaruh Kualitas Kopi dan Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus, Kedai Kopi SS Coffee Space dan My F Space di Kota Makassar). Dibawah bimbingan Ibu Nurliani dan Ibu Sitti Rahbiah

Kopi merupakan salah satu makanan dan minuman yang paling banyak dikonsumsi di dunia, terbuat dari biji tanaman kopi yang diolah dan diseduh. Kedai kopi sering kali menjadi pusat pertemuan sosial di mana pengunjung dapat bersantai atau bekerja dalam lingkungan yang nyaman dan ramah.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan karakteristik responden pada kedai kopi (2) Menganalisis kategori kualitas kopi racikan pada kedai kopi (3) Menganalisis kategori interior atmosfer (instore atmosphere) dan eksterior atmosfer (outstore atmosphere) pada kedai kopi di Kota Makassar, (4) Menganalisis keputusan pembelian kopi racikan pada kedai kopi. dan (5) Menganalisis pengaruh kualitas kopi, interior atmosfer, dan eksterior atmosfer terhadap keputusan pembelian kopi racikan pada kedai kopi. Penelitian ini dilakukan di Kedai kopi My F Space dan SS Coffee Space di Kota Makassar yang dilaksanakan pada Bulan Oktober 2023 hingga Januari 2024. Metode penarikan sampel dilakukan menggunakan Rumus Lameshow. Jumlah sampel diperoleh 96 orang jumlah responden My F Space 48 orang dan SS Coffee Space.48 orang Analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif Kuantitatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Karakteristik responden di kedai kopi My F Space 16-22 tahun yang berjumlah 27 orang (56,25%) dan SS Coffee Space rata-rata berumur 25-29 dengan jumlah 24 orang (50,00%). Jenis kelamin responden pada kedai kopi My F Space didominasi perempuan sebanyak 41 orang (68,30%) dan SS Coffee Space didominasi laki-laki sebanyak 31 orang (65,00%). Pekerjaan responden pada My F Space didominasi pelajar/mahasiswa sejumlah 27 orang (56,25%) dan SS Coffee Space didominasi wiraswasta sejumlah 20 orang (41,67%). Pendapatan rata-rata kedai kopi My F Space berjumlah Rp1.000.000 – Rp 3.999.999 sejumlah 32 orang atau sebesar 66,67% dan SS Coffee Space

pendapatan rata-rata berjumlah Rp1.000.000 – Rp 5.999.999 40 orang (83,33%) (2) Kualitas Kopi dengan indikator : penampilan produk, rasa dan aroma memiliki kategori tinggi baik pada kedai kopi My F Space maupun pada SS Coffee Space. (3) Atmosphere yaitu indikator: Internal layout, Suara, Bau/aroma, Desain interior ruangan, Eksternal layout, Tekstur dan Desain Eksternal Bangunan pada My F Space berkategori Tinggi dan SS Coffee Space Sangat Tinggi (4) Keputusan pembelian yaitu berdasarkan indikator: Pengenalan Masalah/Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian dan Evaluasi Pasca Pembelian pada My F Space berkategori Tinggi dan SS Coffee Space berkategori Sangat Tinggi. (5) R^2 pada kedai kopi My F Space adalah 78,4% dan kedai kopi SS Coffee Space adalah 61,7%. Secara simultan (uji F) berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada kedai kopi My F Space dengan nilai 86.292 dan pada SS Coffee Space dengan nilai 36.242 dengan nilai signifikansi masing-masing kedai kopi $0,000 < 0,05$. Secara parsial variabel kualitas kopi (X1) pada kedai kopi My F Space tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi (Y) dengan nilai signifikansi $0,083 > 0,05$ dan variabel atmosphere (X2) pada kedai kopi My F Space berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun pada kedai kopi SS Coffee Space variabel kualitas kopi (X1) dan atmosphere (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi (Y) pada SS Coffee Space dengan nilai signifikansi kualitas kopi $0,002$ dan atmosphere $0,005 < 0,05$.

Kata kunci: Atmosfir, Kedai Kopi, Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk.