



Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Live Musik Berpengaruh Terhadap Pengunjung Pada Kafe Bento Kopi UNS

Yuand Nova Erlangga

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Indra Hastuti

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Agus Suyatno

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Bhayangkara No.55, Tipes, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia.

email : yuanderlagga1993@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality, service quality and live on purchasing decisions at Bento Kopi UNS cafes. The approach used in this study is a quantitative and associative approach. The data analysis technique in this study used the Multiple Linear Regression analysis technique with a population of all visitors or consumers of UNS Coffee Bento Cafe and a sample of 100 respondents who had visited UNS Coffee Bento Cafe. The data collection technique in this study used a questionnaire and was processed using IBM SPSS Statistics 25. Conclusion The results of this study are the influence of the three independent variables on the dependent variable examined in this study. Product Quality, Service Quality, and Live Music have a positive and significant effect on Purchase Decisions at the Bento Kopi UNS Cafe*

Keywords: *Purchase Decision, Service Quality, Product Quality, Service Quality, and Live Music*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Live terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Bento Kopi UNS. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan asosiatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda dengan populasi seluruh pengunjung atau konsumen Kafe Bento Kopi UNS dan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah berkunjung ke Kafe Bento Kopi UNS. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan IBM SPSS Statistic 25. Kesimpulan Hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh dari ketiga variabel independent terhadap variabel dependen yang diteliti daalam penelitian ini. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Live music berpengaruh positif dan signifiksn terhadap Keputusan Pembelian pada Kafe Bento Kopi UNS.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Live Musik.

LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah menuju ke arah yang lebih baik, sejalan dengan perkembangan dunia bisnis. Semakin banyak pelaku bisnis membuka dan mengembangkan bisnis mereka semakin ketat pula persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan bisnis dalam bidang kuliner. Hal tersebut membuat bisnis kuliner semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen sehingga sebuah bisnis kuliner perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran. Salah satu bisnis kuliner yang tumbuh pesat adalah pada bidang makanan yang sejenis kafe, rumah makan maupun restoran.

Bento Kopi UNS adalah salah satu kafe yang beralamat di Jl. Agung Timur No.14, Mojosongo, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Kafe ini sudah sangat populer di kalangan usia muda dan juga masih baru didirikan di daerah UNS Berdiri pada tanggal 16 Maret 2022, pemiliknya adalah Hairul Umam yang merupakan seorang pengusaha muda yang sukses. Kafe ini menjadi tempat favorit untuk dijadikan tempat nongkrong, dan selalu ramai pengunjung terutama pada saat jam makan siang dan malam hari, karena terdapat fasilitas life musik yang disediakan kafe tersebut disetiap harinya. Lokasi bento Kopi UNS cukup strategis yakni berada dekat dengan kampus Universitas Sebelas Maret yang merupakan kampus besar yang ada di Surakarta dan juga tempatnya yang nyaman dan mudah dijangkau banyak orang.

Bento Kopi UNS walaupun tergolong kafe yang baru didirikan kafe ini kini sudah mengalami penurunan jumlah pengunjung atau konsumen. Hal ini diketahui dari pengamatan langsung dari penulis selama beberapa bulan belakangan dan beberapa wawancara karyawannya langsung serta wawancara para pemain musiknya. Terlihat dari tabel 1.1 bahwa pendapatan yang diperoleh kafe Bento Kopi UNS sudah mengalami penurunan pada bulan Desember tahun 2022, dan terus mengalami penurunan pada awal tahun 2023 bulan Januari. Rata-rata pendapatan kafe Bento Kopi UNS pada tahun 2022 yaitu dikisaran angka 200 jutaan dan paling besar yaitu 285 jutaan, namun ditahun 2023 sekarang pendapatan kafe Bento Kopi UNS stabil diangka 100 jutaan menurun 50% dari tahun sebelumnya.

Tabel 1.1 Pendapatan Kafe Bento Kopi UNS (Rupiah)

No	Bulan	Tahun	Omset/Pendapatan
1	Agustus	2022	285.012.000
2	Oktober	2022	213.731.150
3	Desember	2022	172.234.900
4	Januari	2023	116.457.500
5	Februari	2023	110.039.550
6	Maret	2023	142.688.620
7	April	2023	114.494.400
8	Mei	2023	144.630.000
9	Juni	2023	129.871.950

Sumber : Laporan Keuangan Kafe Bento Kopi UNS
Tahun 2022 – 2023

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah penelitian ini adalah apakah adanya pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Live terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Bento Kopi UNS. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis masalah yang sudah ditemukan, tentang apakah adanya pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Live terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Bento Kopi UNS.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian-penelitian sebelumnya menyatakan tentang adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan live music terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari (Fariz, Ari, dkk, 2022) dengan penelitian yang berjudul (Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lost In Coffee Semarang) menghasilkan kesimpulan kualitas produk dan juga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh live musik bisa dilihat dari tinjauan pustaka pada penelitian Pengaruh Fasilitas *Live Music* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Nonstop (Survei pada Pengikut Instagram @warunknonstop) (2022). Adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian yang sudah ada dan yang sudah diuraikan diatas, maka penulis dapat menurunkan hipotesisnya sebagai berikut:

- H₁: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- H₂: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- H₃: Live Musik berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

METODE PENELITIAN

Metodologi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan asosiatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda dengan populasi seluruh pengunjung atau konsumen Kafe Bento Kopi UNS dan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah berkunjung ke Kafe Bento Kopi UNS. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software IBM SPSS Statistic 25. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik inferensi. Statistik inferensi adalah bagian statistik yang mempelajari penafsiran dan penarikan kesimpulan yang berlaku secara umum dari data yang tersedia. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah : uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis parsial (uji T), dan uji hipotesis simultan (uji F), analisis koefisien determinasi (R Square).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Normalitas

Tabel 1.2 Hasil Uji Normalitas. *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

N	100
Test Statistic	0,086
Asymp. Sig. (2-tailed)	.065 ^c

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada Asym.sig sebesar 0,65, yang dapat dikatakan nilai asymp.sig 0,65 lebih besar daripada 0,05 maka dapat diartikan data tersebut berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 1.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	0,120	8,353
Kualitas Pelayanan (X2)	0,110	9,105
Live Musik (X3)	0,574	1,743

Berdasarkan Hasil Tabel menunjukkan bahwa semua variabel independent yang diteliti yaitu variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Live Musik (X3) memiliki nilai tolerance kurang dari 1 dan VIF memiliki nilai kurang dari 10 maka dapat dikatakan data tidak mengalami multikolinieritas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1.4 Hasil Uji Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-2,335	1,693		-1,379	0,171
Kualitas Produk (X1)	0,531	0,161	0,413	3,288	0,001
Kualitas Pelayanan (X2)	0,411	0,148	0,363	2,769	0,007
Live Musik (X3)	0,141	0,040	0,200	3,479	0,001

Dari perhitungan dengan menggunakan program komputer dengan menggunakan SPSS (Statistical Program For Social Schedule) versi 25.0 di dapat: $a = -2,335$ $b_1 = 0,531$ $b_2 = 0,411$ $b_3 = 0,141$. Jadi persamaan regresi ganda linier untuk dua prediktor (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Live Musik) adalah: $Y = -2,335 + 0,531 X_1 + 0,411 X_2 + 0,141 X_3$.

4. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)

Tabel 1.5 Hasil Uji Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-2,335	1,693		-1,379	0,171
Kualitas Produk (X1)	0,531	0,161	0,413	3,288	0,001
Kualitas Pelayanan (X2)	0,411	0,148	0,363	2,769	0,007
Live Musik (X3)	0,141	0,040	0,200	3,479	0,001

Berdasarkan data tabel uji t di atas dapat diketahui bahwa perolehan nilai coefficients Kualitas Produk (X1) diperoleh thitung sebesar 3,288 dengan nilai signifikan 0,001 sedangkan nilai ketentuan untuk 100 sample ttabel sebesar 1,660 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya thitung 3,465 > ttabel 1,660 dengan nilai signifikan 0,001 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, hal ini berarti bahwa secara parsial Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kafe Bento Kopi UNS.

Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh thitung sebesar 2,769 dengan nilai signifikan 0,007 dengan nilai ketentuan untuk 100 sample ttabel sebesar 1,660 dan nilai signifikan 0,05.

Kesimpulannya thitung $2,769 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kafe Bento Kopi UNS.

Live Musik (X3) diperoleh thitung sebesar $3,479$ dengan nilai signifikan $0,001$ dengan nilai ketentuan untuk 100 sample t_{tabel} sebesar $1,660$ dan nilai signifikan $0,05$. Kesimpulannya thitung $1,779 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa secara parsial Live Musik berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kafe Bento Kopi UNS.

5. Uji Signifikan Secara Simultas (Uji F)

Tabel 1.6 Hasil Uji Signifikan Secara Simultas (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean		
			Square	F	Sig.
Regression	999,884	3	333,295	144,599	.000 ^b
Residual	221,276	96	2,305		
Total	1221,160	99			

Berdasarkan data tabel diatas uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $144,599$ dengan nilai signifikan $0,000$ pada F_{tabel} untuk 100 sample dengan signifikan $0,05$ dengan nilai F_{tabel} sebesar $3,939$, maka diperoleh $F_{hitung} 144,599 > F_{tabel} 3,939$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Live Musik secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kafe Bento Kopi UNS.

6. Koefisien Determinasi (R-Square)

Tabel 2. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.905 ^a	.819	.813	1,51821	2,326

Melalui tabel di atas terlihat bahwa nilai R adalah $0,905$ dan R-Square adalah $0,819$ atau $81,9\%$. Dari nilai R-Square dapat diketahui bahwa secara bersama Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Live Musik memiliki pengaruh sebesar $81,9\%$ terhadap keputusan pembelian di Kafe Bento Kopi UNS, sedangkan sisanya sebesar $18,1\%$ dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, diperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan. Mengenai analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Live Musik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Bento Kopi UNS, dengan responden pada penelitian ini berjumlah 100 konsumen yang telah diambil datanya, kemudian telah diolah dan dianalisa, dan pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kafe Bento kopi UNS, dengan hasil $t_{hitung} (3,288) > t_{tabel} (1,660)$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kafe Bento Kopi UNS, dengan hasil $t_{hitung} (2,769) > t_{tabel} (1,660)$ dan nilai signifikan $0,007 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Live Musik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kafe Bento Kopi UNS, dengan hasil $t_{hitung} (3,479) > t_{tabel} (1,660)$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan di atas dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Karena Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Kafe Bento Kopi UNS sebaiknya terus menjaga dan juga terus meningkatkan kualitas produk yang disajikan kepada konsumen. Selalu berinovasi dalam penyajian produk coffee maupun makanan yang ditawarkan sehingga konsumen merasa puas dan tidak bosan dengan produk yang ditawarkan.
2. Karena Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kafe Bento Kopi UNS sebaiknya menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya sesuai dengan harapan konsumen seperti sigap, cepat serta ramah dalam melayani konsumen.
3. Karena Live Musik berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kafe Bento Kopi UNS juga sebaiknya memperhatikan kualitas live musik yang ada dengan cara menjaga kualitas musik yang disajikan agar bisa membuat para pengunjung merasa nyaman untuk mendengarkannya. Memperhatikan pula keindahan serta kebersihan tempat musik tersebut agar dapat menarik perhatian pengunjung.

DAFTAR REFERENSI

- Istiqamah, M., Tirtayasa, S., & Pasaribu, H. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(1), 68– 78.
- Ely Arinawati, Badrus Suryadi (2021), *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII*, Edisi ke-1, Jakarta : PT Gramedia.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing (17th ed.)*. United Kingdom: Pearson.
- Rafi, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 160–166.
- Didik, G. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing (B. Nasution ed ; Pertama)*. Tebing Tinggi : PT Inovasi Pratama Internasional.
- Oktrichaendy, F, Pradhanawati A., & Waloejo H.D. (2022), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, (11)3, 452 – 460.
- Wiranata I.A., & Siregar S. (2022), Pengaruh Fasilitas *Live Music* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Nonstop (Survei pada Pengikut Instagram @warunknonstop), (8)17, 220 – 231.