

ABSTRAK

Pengaruh Variasi Menu dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Café Favor Kota Kediri

Eka Ayu As'ari

eka.ayuasari2407@gmail.com

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kediri

Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Djunaidi, MM.

2. Dr. Angga Rizka Lidiawan, SE, MM.

Abstrak. Konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan dari beberapa tahun terakhir. Kopi saat ini tidak dipandang sebagai minuman semata, namun saat ini kopi sudah melekat pada identitas café. Banyaknya café yang berkembang di Indonesia menunjukkan bahwa bisnis tersebut memiliki potensi yang besar, namun disisi lain menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar para pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi menu dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di café Favor Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* mencakup *incidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden. Data yang diperoleh dengan menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil penelitian ini adalah (1) variasi menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) variasi menu dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Variasi Menu, Store Atmosphere, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Pengaruh Variasi Menu dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Café Favor Kota Kediri

Eka Ayu As'ari

eka.ayuasari2407@gmail.com

Major in Management
Faculty of Ekonomic & Business Kadiri University

Supervisor : 1. Prof. Dr. Djunaidi, MM.

2. Dr. Angga Rizka Lidiawan, SE, MM

Abstract. Coffee consumption in Indonesia has increased over the past few years. Coffee is no longer seen as just a drink, but is now attached to the identity of the café. The growing number of cafés in Indonesia shows that the business has great potential, but on the other hand, it creates increasingly tight competition between business actors. This study aims to determine the effect of menu variation and store atmosphere on purchasing decisions at the Favor café in Kediri City. This study uses a quantitative method. The sampling technique is nonprobability sampling including incidental sampling with a sample size of 105 respondents. Data obtained using SPSS software version 25. The results of this study are (1) menu variation has a significant effect on purchasing decisions, (2) store atmosphere has a significant effect on purchasing decisions, (3) menu variation and store atmosphere have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Menu Variations, *Store Atmosphere*, Purchasing Decisions.