

PENGARUH *PHYSICAL ENVIRONMENT* DAN RAGAM MENU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *KAFE UP COFFEE* MANADO CABANG RIKE

THE INFLUENCE OF *PHYSICAL ENVIRONMENT* AND MENU VARIETY TOWARD PURCHASE DECISION AT *CAFÉ UP COFFEE* MANADO RIKE BRANCH

Tesalonika Fabiola Bangkang¹, Silvy L. Mandey², Raymond Ch. Kawet³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail: fabiolabangkang@gmail.com¹, silvymandey@unsrat.ac.id²,
raymondkawet@gmail.com³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *physical environment* dan ragam menu terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike. Besarnya sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden, yang diperoleh dari hasil perhitungan rumus Slovin. Metode penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas) dan uji hipotesis (uji t, uji F dan koefisien determinasi). Dengan uji ini dapat dilihat bagaimana variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *physical environment* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike, dan ragam menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike. *Physical environment* dan ragam Menu secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike.

Kata Kunci: *Physical Environment*, Ragam Menu, Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this study is to determine the influence of *physical environment* and Menu Variety Toward Purchase decision at *cafe up coffee* Manado Rike Branch. The populations in this employee at *Cafe Up Coffee* Manado Rike Branch. The sample size in this study is 100 respondents, which is obtained from the results of the calculation of the Slovin formula. The research method using multiple linear regression analysis. The data analysis used included the research instrument test (validity and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (multicollinearity test, heteroscedasticity test and normality test) and hypothesis testing (t test, F test and coefficient of determination). With this test, it can be seen how the independent variables influence the dependent variable. The results of this study found that the *Physical Environment* had influence on toward purchase decision at *cafe up coffee* Manado Rike branch, and menu variety had influence on toward purchase decision at *cafe up coffee* Manado Rike Branch. *Physical environment* and menu variety simultaneously influence toward purchase decision at *cafe up Coffee* Manado Rike branch.

Keywords: *Physical Environment*, Menu Variety, Purchase Decision

Article history

Received: Maret 2025
Reviewed: Maret 2025
Published: Maret 2025

Plagirism checker no 882

Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu bisnis usaha yang banyak diminati oleh pelaku usaha dan masyarakat umum adalah seperti dibidang kuliner yaitu membuka sebuah kafe, dimana kafe ini menyediakan minuman serta tempat dengan suasana yang nyaman untuk dikunjungi dan mendapatkan pelayanan yang ramah. Kafe merupakan tempat yang cocok untuk bersantai, melepas kepenatan, serta tempat untuk bertemu dengan teman maupun kerabat sambil menikmati suasana yang nyaman. Kafe yang memiliki menyediakan suasana yang nyaman dan menyenangkan dapat meningkatkan keputusan pengunjung/konsumen. Kafe diharapkan menjadi tempat yang sesuai untuk konsumen yang hendak melakukan aktivitas baik itu *meeting*, diskusi atau bahkan hanya untuk bersantai melupakan segala hiruk pikuk yang terjadi. Karena itu, suasana di dalam kafe sangat penting dalam mempengaruhi minat kunjungan konsumen, kafe yang mampu menciptakan suasana yang menyenangkan serta nyaman bagi konsumen akan lebih menarik minat konsumen untuk berkunjung. Perkembangan dunia bisnis terus berkembang pesat seiring dengan perkembangan era globalisasi yang ditandai dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis dalam memasarkan produk dan jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling bersaing dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Secara umum konsumen lebih menyukai produk yang berkualitas dan pilihan menu yang beragam. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus mengetahui dan memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen, serta dapat menciptakan posisi yang baik bagi produknya, dan memanfaatkan keunggulan yang dimiliki produk yang ditawarkan kepada konsumen (Ramdani dan Tuti, 2023).

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Keputusan pembelian konsumen untuk berkunjung pada kefe dapat dilakukan apabila variasi produk/ragam menu tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen/pengunjung. Dalam melakukan keputusan pembelian/berkunjung biasanya hal pertama yang dipertimbangkan konsumen/pengunjung dalam memilih beragam produk/menu adalah dengan melihat kualitas ragam produk/menu. Keputusan pembelian merupakan hal yang akan dilakukan konsumen/pengunjung ketika konsumen/pengunjung mengetahui suatu produk/menu dan memutuskan untuk membeli produk/menu tersebut. Menarik atau tidaknya suatu produk/menu dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen/pengunjung. Semakin banyak manfaat produk/menu yang ditawarkan, akan semakin tinggi keinginan konsumen/pengunjung untuk membeli/berkunjung. Keputusan pembelian merupakan hal yang sangat penting. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen/pengunjung. Perusahaan harus memiliki strategi agar dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk/menu (Anjani dan Pratiwi, 2024).

Berkaitan dengan lingkungan fisik (*physical evidence*) merupakan aspek penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada kafe. *Physical evidence (physical evidence)* yang baik akan membuat konsumen melakukan pembelian serta meningkatkan penjualan dan daya saing bagi pelaku kafe, karena memang jika berbicara mengenai produk, bukti fisik dan fisual dari produk tersebut merupakan bagian terpenting bagi konsumen ketika ingin melakukan pembelian maka pandangan pertama konsumen adalah produk tersebut harus sesuai dengan espektasi dan memiliki manfaat untuk dirinya (Khatamirul, Haryanti, dan Mukminin). Jika lingkungan dari sebuah pesanan terlihat indah maka akan memberikan kesan positif bagi konsumen. Unsur-unsur yang termasuk sarana fisik adalah bangunan fisik, fasilitas/perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya. Konsumen juga harus mampu

membuat konsumen merasa puas terhadap pengalaman mereka saat berkunjung ke kafe melalui lingkungan fisik kafe. Pemilik usaha harus mengoptimalkan lingkungan fisik dengan mendesain kafe menjadi semenarik mungkin, sehingga konsumen akan mendapatkan pengalaman yang berbeda (Ashari dan Jamiat, 2024).

Selanjutnya keragaman menu pada kafe merupakan hal penting bagi konsumen terutama karena konsumen menghendaki banyaknya pilihan pada produk/menu yang ditawarkan. Menyediakan keberagaman menu yang ditawarkan kepada konsumen, dengan menyediakan pilihan menu yang berbagai macam diharapkan dapat meningkatkan penjualan dengan banyaknya konsumen yang datang ke kafe. Pentingnya variasi menu dalam suatu kafe membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dimana dengan variasi kita dapat memilih dan membandingkan beberapa makanan dan memilih sesuai selera yang di inginkan, dengan demikian konsumen akan memilih untuk datang membeli secara terus-menerus dan memilih tempat yang dapat memenuhi berbagai ragam menu (Riftian dan Sugiyono, 2021). Mengingat ragam menu merupakan salah satu daya tarik terpenting dalam suatu penjualan. Variasi dapat dilihat dari pandangan dimana kita melihat banyaknya ragam menu maupun ukuran produk yang disediakan, sehingga kita tidak mengambil keputusan secara terpaksa, dalam arti keputusan secara terpaksa yaitu membeli suatu produk karena tidak memiliki pilihan untuk membeli jenis produk lainnya, karena produk yang disediakan hanya satu jenis saja (Cholik, Rufial, dan Sari, 2022).

Variabel keragaman menu merupakan suatu faktor yang penting agar dapat memperluas target pasar dan juga memenuhi keinginan yang berbeda. Namun perlu kita ketahui bahwa ketika konsumen melakukan pembelian suatu produk selalu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam memutuskan pembelian. Salah satunya yaitu faktor *physical enviroment*, karena *physical environment* merupakan semua faktor yang berkaitan dengan lingkungan fisik suatu kafe yang dapat meningkatkan keputusan pembelian. Salah satu cara untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Kafe up coffee Manado cabang Rike adalah menyediakan berbagai ragam menu dan meningkatkan kualitas segi pelayanan terhadap konsumen dalam keramahan, sopan santun, etika dan proses penyampaian makanannya kepada konsumen agar memberikan kenyamanan pada konsumen.

Tabel 1. Data Jumlah Pembeli Pada Kafe Up Coffee Manado Cabang Rike dari Tahun 2021-2023

No	Tahun	Jumlah Pembeli
1	2021	12.240 orang
2	2022	13.320 orang
3	2023	14.600 orang
	Total	40.160 orang

Sumber: Kafe up Coffee Manado Cabang Rike, 2024

Tabel 1 memperlihatkan data jumlah pembeli dari tahun 2021-2023 yang mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana pembeli pada tahun 2021 berjumlah 12.240 orang, pembeli pada tahun 2022 berjumlah 13.320 orang, dan pembeli pada tahun 2023 berjumlah 14.600 orang sehingga total jumlah pembeli yaitu 40.160 orang. Hal ini menunjukkan berbagai upaya yang dilakukan oleh pengusaha *kafe up coffee* Manado Cabang Rike dalam bersaing dalam bidang kuliner ini seperti membuat inovasi-inovasi baru yang memberikan kemudahan untuk para pelanggan/konsumennya untuk mempertahankan pangsa pasarnya dan menaikkan jumlah pembeli.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike, terdapat permasalahan yang terjadi. Masalah pertama terletak pada penyediaan berbagai menu makanan yang belum tersaji dalam draf menu, mulai dari berbagai minuman hingga beranekaragam menu makanan sehingga draf menu makanan tidak sesuai dengan menu

yang disajikan, terutama dalam hal banyaknya jumlah menu. Kafe ini tergolong cepat habis, jadi apabila ketinggalan menu yang diperoleh tidaklah beragam menyebabkan konsumen kurang berselera untuk membeli. Masalah kedua terletak pada menu makanan terkadang tidak tersedia ketika kita beli, bisa dikatakan menu makanan dapat berubah-ubah sesuai kebutuhan penjual saja tapi tidak dengan konsumen. Melihat permasalahan tersebut menyebabkan kurangnya pengambilan keputusan konsumen untuk membeli. Fenomena yang terjadi pada penelitian yaitu *kafe up coffee* Manado cabang Rike dimana kedai kopi ini merupakan salah satu pemain bisnis kafe baru di kota Manado menghadapi persaingan bisnis kafe dan juga perubahan perilaku konsumen di bisnis kafe di kota Manado perlu memahami beragam faktor yang melatarbelakangi keputusan pembelian untuk membeli di suatu kafe di kota Manado. Dalam penelitian ini beberapa faktor yang akan dikaji antara lain *physical enviroment* dan ragam menu terhadap keputusan pembelian pada kafe up coffee Manado cabang Rike.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *physical enviroment* dan ragam menu terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike.
2. Untuk mengetahui pengaruh *physical enviroment* terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike.
3. Untuk mengetahui pengaruh ragam menu terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2021:5) mengatakan bahwa manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

Physical Environment

Lingkungan fisik (*physical environment*) adalah salah satu unsur yang harus didaya gunakan oleh organisasi sehingga menimbulkan rasa nyaman, tenang dan dapat meningkatkan kinerja. Indikator *physical environment* (Wulansari dan Haryanti 2021), yaitu aksesibilitas tata letak (*layout accessibility*), estetika fasilitas (*facility aesthetics*), kenyamanan tempat duduk (*seating comfort*), peralatan elektronik (*electronic equipment*), dan kebersihan fasilitas (*facility cleanliness*).

Ragam Menu

Menurut Engles (2019:228), keragaman menu adalah produk yang lengkap merujuk pada ketersediaan jenis produk untuk dikonsumsi, digunakan konsumen dan diproduksi oleh produsen. Menu yang beragam mengacu pada keluasan, kedalaman, ketersediaan menu saat pembelian dan kualitas produk yang ditawarkan. Indikator ragam menu menurut Kotler (2022:347), yaitu varian, inovasi menu, selera, dan porsi.

Keputusan Pembelian

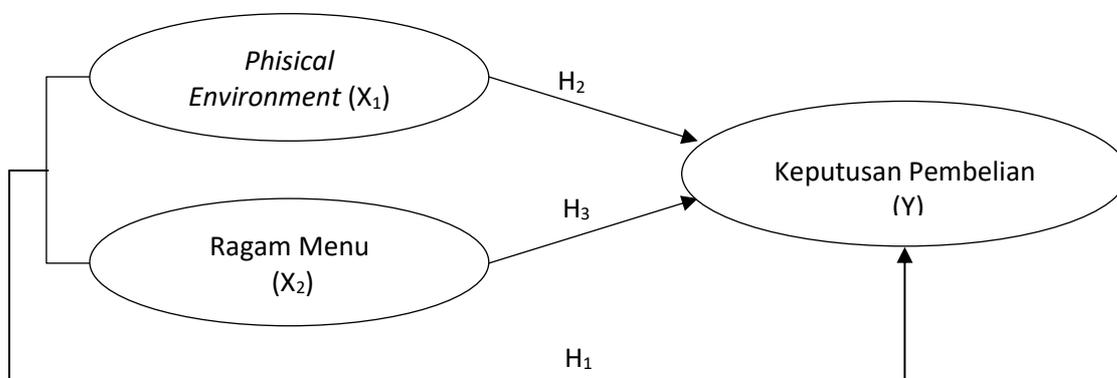
Tjiptono (2020:21) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2021:204), yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan metode pembayaran.

Penelitian Terdahulu

Penelitian dari Riftian dan Sugiyono (2021), penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui analisa pengaruh keragaman menu, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha Kuliner Manalagi Tropodo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regresi linier berganda layak digunakan, quisionair valid dan reliabel, uji hipotesis menunjukkan bahwa keragaman menu berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian dari Cholik, Rufial, dan Sari (2022), tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, keragaman menu dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kusuma Catering di Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, keragaman menu, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Kusuma Catering di Bekasi.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

Hipotesis Penelitian

- H₁ : Diduga *physical environment* dan ragam menu secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up Coffee Manado* cabang Rike.
- H₂ : Diduga *physical environment* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee Manado* cabang Rike.
- H₃ : Diduga ragam menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee Manado* cabang Rike.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sinambela (2021) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai suatu jenis penelitian yang mengolah data secara numerik untuk menghasilkan pengetahuan yang terorganisir.

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian adalah posisi dimana letak suatu penelitian di laksanakan, untuk mempermudah peneliti dalam mengambil data sebagai referensi. Objek penelitian dilakukan pada *kafe up coffee Manado* cabang Rike. Lama waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu 1 bulan.

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik *Sampling*

Menurut Sugiyono (2020:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike dari tahun 2021-2023, yang berjumlah 40.160 orang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan perhitungan rumus Slovin, yaitu 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teknik pengambilan sampel acak atau *random sampling/probability sampling*, dimana peneliti mengambil sampel sebesar 100 orang.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas adalah untuk mengukur valid atau tidak valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh yang ingin di teliti (Ghozali, 2021:52). Untuk mempermudah analisis digunakan bantuan komputer program SPSS versi 22. Hasil analisis (r hitung) dikonsultasikan dengan r tabel *product-moment*. Item pertanyaan yang r hitungnya $< r$ tabel, maka item tersebut dinyatakan gugur dan harus dibuang untuk diganti dengan item baru. Sebaliknya apabila r hitung $> r$ tabel, maka item pertanyaan itu dinyatakan valid. Pengujian terhadap reliabilitas ini menggunakan *alpha cronbach* dengan menentukan jika nilai alpha didapatkan $> 0,6$ maka artinya reliabel (Sujarweni, 2020:192). Butir angket atau kuisioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach's alfa* $\geq 0,6$ dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alfa* $< 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk menguji apakah distribusi variabel pengganggu atau residual normal atau tidak, maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2021).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen). Dilakukan dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika variabel-variabel independen saling berkorelasi (diatas 0,9) dan nilai R^2 yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, dan nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 maka mengindikasikan adanya multikolinieritas (Ghozali, 2021).

Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2021). Cara mendeteksinya adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat adapatidaknya pola tertentu pada grafik

scatterplot antar SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-studentized (Ghozali, 2021).

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Menurut Imam Ghozali (2021:98), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima; atau jika $Sig. \leq 0,05$
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak; atau jika $Sig. > 0,05$

Uji t (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen secara individu (*partial*) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen (Ghozali, 2021:98).

1. Jika $t_h \geq t_t \rightarrow$ maka H_0 ditolak, H_a diterima; atau jika $Sig. \leq 0,05$
2. Jika $t_h < t_t \rightarrow$ maka H_0 diterima, H_a ditolak; atau jika $Sig. > 0,05$

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini untuk menunjukkan seberapa besar presentase yang ditimbulkan oleh variabel bebas. Dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25, koefisien determinasi melalui tabel model *summary* dengan melihat kolom *R Square*. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen (Ghozali, 2021:46).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi Responden

Kafe up coffee Manado cabang Rike terletak di jalan Babe Palar, T.J. Baru, kecamatan Wanea, kota Manado, Sulawesi Utara, yang didirikan oleh Paulo Kawatu, Gamaliel Mongdong, Eric Tambun, dan Andrew Sumolang. *Kafe up coffee* Manado cabang Rike memiliki tujuan yaitu bagaimana agar masyarakat kota Manado lebih mencintai minuman kopi. Produk yang diproduksi sangat menunjang kenyamanan konsumen dalam menikmatinya dalam jangka waktu yang cukup lama. Memiliki visi selalu menjaga kualitas produk yang dihasilkan dan dijual oleh *Kafe up coffee* Manado cabang Rike. Memiliki misi melindungi dan memperhatikan kesejahteraan karyawan, konsumen, masyarakat serta melakukan inovasi dan pengembangan di bidang kuliner dan penyeduhan kopi supaya kedai kopi ini semakin terkenal lagi.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Physical Enviroment (X1)	X1.1	0,640	0,197	Valid
	X1.2	0,677	0,197	Valid
	X1.3	0,769	0,197	Valid
	X1.4	0,729	0,197	Valid
	X1.5	0,748	0,197	Valid
Ragam Menu	X2.1	0,743	0,197	Valid

(X2)	X2.2	0,785	0,197	Valid
	X2.3	0,821	0,197	Valid
	X2.4	0,795	0,197	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,724	0,197	Valid
	Y.2	0,710	0,197	Valid
	Y.3	0,750	0,197	Valid
	Y.4	0,778	0,197	Valid
	Y.5	0,474	0,197	Valid

Sumber: Data Olahan, 2024

Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 2 di atas, pada kolom nilai r hitung yang merupakan *pearson correlation* untuk masing-masing item pernyataan sebagai indikator variabel. Nilai r untuk masing-masing item pernyataan ternyata positif dan nilainya lebih besar dari r tabel *product moment* 0,197, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan adalah valid.

Sumber: Data Olahan, 2024

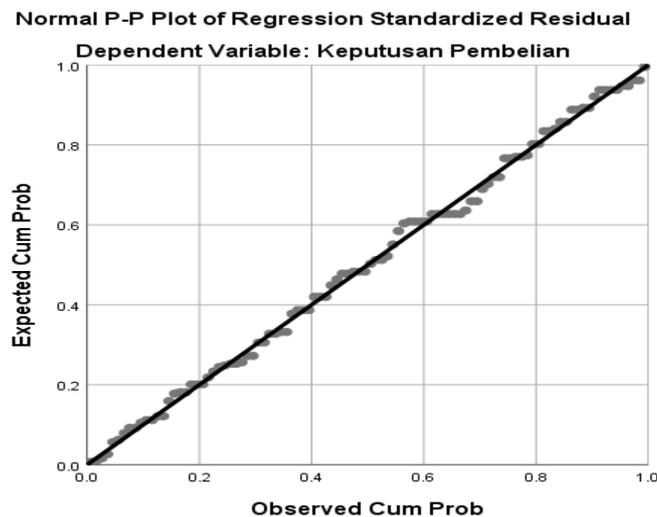
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	r _{tabel}	Reliabilitas
1	Physical Enviroment (X1)	0,752	0,197	Reliabel
2	Ragam Menu (X2)	0,786	0,197	Reliabel
4	Keputusan Pembelian (Y)	0,707	0,197	Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2024

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas dengan *P-Plot of Regression*



Gambar 2. Normal Probability Plot

Sumber: Data Olahan, 2024

Gambar 2 terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal, menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

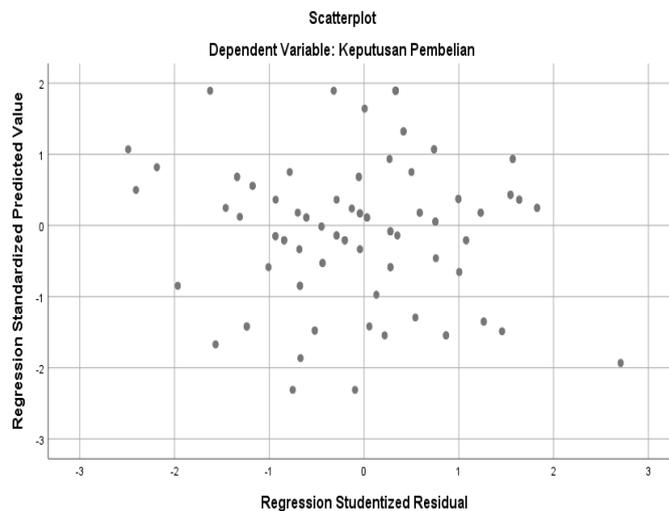
Tabel 4. Hasil Uji Multikolieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Physical Enviroment	.743	1.345
Ragam Menu	.743	1.345

Sumber: Data Olahan, 2024

Tabel 4 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolieritas jika nilai *tolerance* > 0,1 atau sama dengan nilai *VIF* < 10. Hasil perhitungan menghasilkan nilai toleransi dibawah angka 1 dan nilai *variance inflation factor* (*VIF*) di bawah angka 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolieritas dalam model regresi tersebut.

Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplot



Gambar 3. Scatterplot

Sumber: Data Olahan, 2024

Gambar 3 menunjukkan bahwa uji heterokedastisitas menampilkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga data layak dipakai.

Tabel 5. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	3.627	1.372
1 Physical Enviroment	0.635	0.070
Ragam Menu	0.250	0.071

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 5, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,627 + 0,635 X_1 + 0,250 X_2 + e$$

Nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 3,627, dimana angka tersebut mempunyai arti variabel independen yaitu variabel bebas bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan.

Nilai koefisien regresi bernilai positif X1 sebesar 0,635 menunjukkan setiap perubahan sebesar satu satuan pada *physical enviroment*, maka besarnya Keputusan Pembelian akan mengalami perubahan sebesar 0,635 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain nilainya tetap. Nilai koefisien regresi X2 bernilai positif sebesar 0,250 menunjukkan setiap perubahan nilai sebesar satu satuan pada ragam menu, maka besarnya nilai Keputusan Pembelian akan menurun sebesar 0,250 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain nilainya tetap.

Pengujian Hipotesis

Tabel 6. Uji F Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	390.019	2	195.009	78.918	0.000 ^b
Residual	239.691	97	2.471		
Total	629.710	99			

Sumber: Data Olahan, 2024

Tabel 6 diatas, diperoleh hasil uji F-secara simultan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 78,918. Sedangkan nilai F_{tabel} dengan *degree of freedom* (Df) = $n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ adalah sebesar 3,09. Oleh karena nilai F_h sebesar 78,918 > F_t sebesar 3,09 dan juga tingkat signifikan $p-value = 0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa Hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan *physical enviroment* dan ragam menu secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dapat diterima atau terbukti.

Tabel 7. Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	3.627	1.372		2.643	0.010
Physical Enviroment	0.635	0.070	0.641	9.073	0.000
Ragam Menu	0.250	0.071	0.247	3.496	0.001

Sumber: Data Olahan, 2024

Tabel 7 menunjukkan bahwa hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *physical enviroment* (X1) adalah sebesar 9,073; Sedangkan nilai t_{tabel} dengan *degree of freedom* = $100 - 2 - 1 = 97$, dengan tingkat signifikansi (α) = 5% adalah sebesar 1,660. Nilai t_{hitung} untuk *physical enviroment* (X1) adalah sebesar 9,073 > nilai t_{tabel} sebesar 1,660 dan juga tingkat signifikansi $p-value = 0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti hipotesis (H_1) yang menyatakan *physical enviroment* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dapat diterima atau terbukti. Nilai t_{hitung} untuk variabel ragam menu (X2) adalah sebesar 3,496; Sedangkan nilai t_{tabel} dengan *degree of freedom* = $100 - 2 - 1 = 97$, dengan tingkat signifikansi (α) = 5% adalah sebesar 1,660. Nilai t_{hitung} untuk ragam menu (X2) adalah sebesar 3,496 > nilai t_{tabel} sebesar 1,660 dan juga tingkat signifikansi $p-value = 0,001 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti hipotesis (H_3) yang menyatakan ragam menu secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dapat diterima atau terbukti.

Tabel 8. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	0.619	0.612	1.57196

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 8 pada model *summary*, dapat diketahui bahwa Nilai koefisien korelasi (R) yang dihasilkan pada model 1 adalah 0,787. Hal ini menunjukkan bahwa *physical enviroment* dan ragam menu secara simultan mempunyai hubungan yang sangat kuat/ tinggi terhadap keputusan pembelian karena berada di interval korelasi antara 0,80-0,100. Nilai koefisien determinasi (R²) yang dihasilkan pada model 1 adalah 0,619. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen, yaitu *physical enviroment* dan ragam menu terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) adalah sebesar 61,9% dan sisanya 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain, yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Physical Enviroment* dan Ragam Menu Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa *physical enviroment* dan ragam menu secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike. Hal ini berarti bahwa *physical enviroment* dan ragam menu secara bersamaan telah berjalan dengan baik sehingga memberikan dampak yang positif terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike. Dari hasil penelitian memberikan bukti semakin banyaknya menu yang ditawarkan maka konsumen akan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Selain itu lingkungan fisik (*physical environment*) juga menjadi faktor utama dalam meningkatkan keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike.

Keragaman menu adalah keragaman mulai dari rasa ukuran kualitas serta ketersediaan produk untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan adanya keragaman menu yang menarik maka dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan teori menurut Din dan Prybutok yang berpendapat bahwa konsumen memerlukan pilihan dalam memilih makanan atau minuman yang mereka inginkan. Hal ini dikarenakan konsumen memiliki selera yang berbeda-beda anatar satu dengan yang lain. Terdapat tiga cara yang berbeda dan tegas untuk mengawasi bukti aktual. Pertama, media yang menarik perhatian bisnis dalam membangun fasilitas yang menarik dan berbeda secara fisik. Kedua, menggunakan simbol untuk menggambarkan perbedaan dan keunggulan yang ditawarkan sebagai media komunikasi. Ketiga, media yang dapat menghasilkan efek seperti fitur dengan desain yang menarik, salah satunya yaitu seragam untuk karyawan. *Physical environment* merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan secara keseluruhan di restoran menengah hingga kelas atas di mana pelanggan dapat tinggal selama dua jam atau lebih (Lovelock, 2018). Untuk meningkatkan pembelian, pemilik kafe dapat lebih memperhatikan lingkungan fisik untuk meningkatkan daya tarik kafe dan memenuhi keinginan konsumen. Hasil penelitian dari Riftian dan Sugiyono (2021), menemukan bahwa keragaman menu, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Hermanus, Mandey, dan Samadi (2021), menemukan bahwa *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *Physical Enviroment* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *physical enviroment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike. Hal tersebut dikarenakan lingkungan fisik (*physical*

environment menjadi salah satu bagian yang dilihat oleh konsumen sebelum mereka mengambil keputusan, lingkungan fisik (*physical environment*) yang indah dan estetik mampu menarik para konsumen untuk mengambil keputusan membeli/mengunjungi kafe.

Indikator yang memberi pengaruh pada lingkungan fisik adalah Aksesibilitas tata letak (*layout accessibility*), hal ini mengidentifikasi bahwa *kafe up coffee* Manado cabang Rike mempunyai penataan ruangan yang nyaman memudahkan konsumen untuk bebas bergerak dan memberikan konsumen rasa nyaman saat duduk dan bersantai menikmati makanan atau minuman yang di sajikan, selain itu udara dan sinar matahari yang masuk ke dalam ruangan menambah kenyamanan konsumen sehingga konsumen betah untuk duduk berlama-lama di *kafe up coffee* Manado cabang Rike, sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu indikator estetika fasilitas (*facility aesthetics*) juga ikut mempengaruhi lingkungan fisik, yang artinya bahwa perabotan yang digunakan di di *kafe up coffee* Manado cabang Rike mempunyai tampilan fisik yang sangat unik, karena perabotan yang digunakan adalah perabotan zaman dulu, contohnya adalah *etalase* yang digunakan di depan adalah *etalase* dari zaman dulu. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mukminin, Haryanti, dan Mukmini (2024), menemukan bahwa lingkungan fisik (*physical environment*) berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Ramdani dan Tuti (2023), menemukan bahwa lingkungan fisik (*physical environment*) berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Ragam Menu Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ragam menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike. Hal ini menunjukkan bahwa ragam menu yang dijual/tersedia pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike dapat mempengaruhi keputusan pembelian, dimana ragam menu mampu memberikan penawaran yang beragam kepada para konsumen sehingga konsumen dapat membeli/berkunjung serta memiliki ragam menu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka yang berbeda-beda. Ragam menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena variasi menu berperan penting dalam menarik konsumen untuk berkunjung karena ragam menu akan menarik konsumen untuk mencoba berbagai menu yang diberikan oleh *kafe up coffee* Manado cabang Rike. Ragam menu yang dapat dijadikan basis bagi konsumen dalam pilihan minuman, menu yang dibuat dengan lebih baik. Ketersediaan berbagai menu yang beragam dapat meningkatkan keputusan pembelian dan memenuhi preferensi berbagai konsumen. Sebaliknya kurangnya ragam menu dapat mengurangi daya tarik dan membuat konsumen mencari pilihan lain. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zahara, Wati, dan Maimunah (2024), menemukan bahwa keragaman menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Cholik, Rufial, dan Sari (2022), menemukan bahwa keragaman menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. *Physical enviroment* dan ragam menu secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike.
2. *Physical enviroment* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike.
3. Ragam menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike.

Saran

Saran yang dapat diberikan:

1. Untuk meningkatkan pembelian, pemilik *kafe up coffee* Manado cabang Rike lebih memperhatikan lingkungan fisik (*physical enviroment*) untuk meningkatkan daya tarik dan memenuhi keinginan konsumen.
2. Diharapkan *kafe up coffee* Manado cabang Rike perlu mempertahankan dan meningkatkan ragam menu agar memperoleh keunggulan dari para pesaing, sehingga ragam menu yang disediakan/disajikan semakin baik dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Ragam menu dapat ditingkatkan dengan melihat selera konsumen sehingga menu yang diberikan dapat menjadi faktor penentu keberhasilan pada *kafe up coffee* Manado cabang Rike.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan perbandingan dalam penelitian yang serupa dan perlu menambahkan variabel harga yang mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, P dan Pratiwi, A. (2024). pengaruh keragaman menu, kualitas pelayanan, dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian (Survei Pada Pelanggan Brownies Cinta Pusat Karanganyar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, Vol.1, No.2, Hal.58-67. <https://jurnalisticomah.org/index.php/jimea/article/view/2305>. Diakses 25-10-2024.
- Ashari, A.C dan Jamiat, N. (2024). Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warkop Sri Pandita. *e-Proceeding of Management*, Vol.11, No.4, Hal. 3870-3874. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/211532/jurnal_eproc/pengaruh-physical-evidence-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen-pada-warkop-sri-pandita-dalam-bentuk-buku-karya-ilmiah.pdf. Diakses 25-10-2024.
- Cholik, F.I., Rufial, dan Sari, B. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering di Bekasi. *Ikraith-Ekonomika*, Vol.1, No.5, Hal.58-67. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1712>. Diakses 25-10-2024.
- Engles. (2019). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hermanus, A.A., Mandey, S.L., dan Samadi, R.L. (2024). pengaruh *people, process*, dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.12, No.1, Hal.329-339. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/53675/45408>. Diakses 25-10-2024.
- <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3920>. Diakses 25-10-2024.
- Kotler dan Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Terjemahan: Kurnia, Diana, M. Edisi Keenam. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, P. (2022). *Marketing 5.0: Teknologi untuk Kemanusiaan*. Terjemahan: Ilyas, F dan Tarigan, A. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Lovelock. (2018). *Pemasaran Jasa Perspektif*. Edisi 7. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Mukminin, M.K., Haryanti, I., dan Mukminin, A. (2024). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Snake Coffee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, Vol.2, No.4, Hal.123-132. <https://ejournalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/MUQADDIMAH/article/view/1022>. Diakses 25-10-2024.
- Ramdani, A dan Tuti, M. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing, Physical Environment* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Co-Working Space

Pada Kina Café & Bar. *Panorama Nusantara*, Vol.18, No.1, Hal.1-13.
<https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panoramanusantara/article/view/1357>.
Diakses 25-10-2024.

Riftian, N.M dan Sugiyono. (2021). analisa pengaruh keragaman menu, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha Kuliner Manalagi Tropodo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.10, No.2, Hal.1-12.

Sinambela. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Raja Grafindo Persada, Depok.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. CV. Andi, Yogyakarta.

Wulandari, A dan Haryanti, I. (2021). Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, Vol.18, No.2, Hal. 169-178.
<https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium/article/download/4153/2664>.

Diakses 25-10-2024.

Zahara, Agustinawati, dan Maimunah, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Socolatte Kabupaten Pidie Jaya. *Jurnal Visioner& Strategis*, Vol.12, No.1, Hal.33-38.
<https://ojs.unimal.ac.id/index.php/visi/article/view/18294>. Diakses 25-10-2024.