

PENGARUH GAYA HIDUP, SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GIGGLE BOX CAFE & RESTO SEMARANG

Gladis Punky Suharto¹, Dra. Sri Suryoko, M.Si²
gladispunky@gmail.com

ABSTRACT

The development of more modern area make a change for trend or lifestyle in society. Modern society who came in restaurant or cafe is not only for enjoying the food and drink, but also to enjoying the atmosphere who created by the cafe. This makes business people in culinary business should consider store atmosphere and service quality at his cafe or restaurant. Store atmosphere and service quality created by the restaurant to be one factor in encouraging of purchase decision. This research was conducted as the sales at Giggle Box Cafe & Resto Semarang continued to fluctuate from February 2014 – February 2016, so we have to know how lifestyle, store atmosphere and service quality influences the purchase decision.

The purpose of this study is to find out the influences of lifestyle, store atmosphere and service quality to the purchasing decision at Giggle Box Cafe & Resto Semarang. The type of research is explanatory research. Interviews with questionnaire were adopted for data collection in this study.

The selected sample of 100 people by using non-probability sampling technique used is incidental sampling.

*The research results showed that lifestyle, store atmosphere and service quality influenced on purchase decisions, partially or simultaneously. The results obtained by analyzing the primary data with validity test, reliability test, crosstab analysis, correlation coefficient, simple and multiple regression analysis, the coefficient of determination, and significance test (*t* and *F*). The results of this study indicate that there is a strong relationship between the variables in the category of lifestyle, store atmosphere and service quality with the purchase decision where the *r* value of 0.879. These three independent variables proved to have a positive and significant impact on purchasing decisions. Evidenced by the results of test calculations positive regression coefficient of 0.563 for lifestyle, 0.284 to 0.146 for the store atmosphere and quality of service. Pengaruh lifestyle variables have the greatest than other variables. *F*-count value amounted to 108.974 larger than *F*-table (3.938).*

Based on the results of the study, the researchers suggested that management Giggle Box Cafe & Resto need to improve the design of the room, increase the variety of types of music played, increasing the availability of parking areas

Keywords : *Lifestyle, store atmosphere, service quality, purchase decision*

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin modern menimbulkan perubahan tren atau gaya hidup masyarakat. Termasuk dalam hal menikmati makanan, masyarakat modern mengunjungi cafe atau restoran bukan hanya untuk menikmati makanan dan minuman tetapi untuk menikmati suasana yang diciptakan oleh cafe tersebut. Hal ini yang membuat para pelaku bisnis pada bidang kuliner harus memperhatikan suasana toko dan kualitas pelayanan pada cafe atau restonya. Suasana toko dan kualitas pelayanan yang diciptakan oleh perusahaan menjadi salah satu faktor dalam mendorong keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan karena penjualan Giggle Box Cafe & Resto Semarang mengalami fluktuasi dari Februari 2014 – Februari 2016, sehingga perlu diketahui bagaimana pengaruh gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Giggle Box Cafe & Resto Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Adapun instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Sampel yang dipilih berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *insidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Hasil tersebut didapat dengan menganalisis data primer menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis tabulasi silang, koefisien korelasi, analisis regresi linier sederhana dan berganda, koefisien determinasi, serta uji signifikan (uji t dan F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan dalam kategori sangat kuat antara variabel gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dimana nilai r sebesar 0,879. Ketiga variabel bebas tersebut terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan dengan hasil perhitungan uji koefisien regresi yang positif sebesar 0,563 untuk gaya hidup, 0,284 untuk suasana toko dan 0,146 untuk kualitas pelayanan. Variabel gaya hidup memiliki pengaruh yang paling besar dari variabel-variabel lainnya. Nilai F-hitung sebesar 108,974 yang lebih besar dari F-tabel (3,938).

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar manajemen Giggle Box Cafe & Resto perlu memperbaiki desain ruangan, menambah variasi jenis musik yang diputar, meningkatkan ketersediaan area parkir.

Kata kunci : gaya hidup, suasana toko, kualitas pelayanan, keputusan pembelian

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner saat ini dinilai sebagai salah satu jenis usaha yang cukup menjanjikan di kota-kota besar salah satunya Kota Semarang. Perkembangan wisata kuliner di kota Semarang ditandai dengan munculnya berbagai café dan restoran yang unik sehingga menarik minat konsumen untuk datang ke tempat tersebut. Gaya hidup masyarakat tersebut mendorong para pebisnis untuk berlomba-lomba mendirikan café yang sesuai dengan gaya hidup modern sekarang ini dan memiliki keunggulan tersendiri. Keunggulan tersebut dilihat dari makanan dan minuman yang disajikan, harga yang terjangkau, lokasi dan suasana tempat yang nyaman atau juga dapat dari hal-hal pendukung yang diberikan seperti *live music* dan *hospot*. Bervariasinya café yang ada membuat konsumen akan lebih selektif dalam memilih café yang akan dikunjungi. Konsumen akan memilih café dengan kualitas terbaik yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Gaya hidup modern membentuk persepsi konsumen bahwa harga bukan menjadi bahan pertimbangan utama untuk mengunjungi sebuah café, namun suasana toko (*store atmosphere*) menjadi salah satu hal yang lebih dipertimbangkan konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap. Suasana yang nyaman, berbeda dari café lain dan *hommy* menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen untuk mengunjungi café tersebut. Selain suasana café kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk mengunjungi sebuah café. Para konsumen sekarang dengan gaya hidup modern mempertimbangkan lingkungan café dan kualitas pelayanan yang disajikan untuk melakukan keputusan pembelian.

Salah satu café yang hadir diantara banyak café yang ada di Kota Semarang adalah Giggle Box Café dan Resto. Giggle Box Café dan Resto memiliki segmen pasar menengah, serta mempunyai target pelajar dan mahasiswa. Dekorasi Giggle Box Café dan Resto mengambil tema *american style* berbentuk panggung, hal tersebut memberikan kesan *cozy* dan *hommy* apabila kita berada disana dan juga dapat membuat pengunjung betah duduk lama berbincang-bincang dengan teman, relasi, atau keluarga.

Giggle Box Café & Resto yang sudah memiliki suasana toko yang baik dan kualitas pelayanan baik namun tetap terjadi penurunan pendapatannya pada tahun 2013-2016. Penurunan tersebut menimbulkan pertanyaan mengapa terjadi penurunan. Terdapat beberapa faktor penyebab terjadinya penurunan tersebut diantaranya gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan.

Dari uraian yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengajukan judul skripsi yaitu **“Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giggle Box Café & Resto Semarang”**

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Giggle Box Café and Resto Semarang?
2. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Giggle Box Café and Resto Semarang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Giggle Box Café and Resto Semarang ?
4. Apakah gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Giggle Box Café and Resto Semarang

Kajian Teori

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2002:204), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi. (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pascapembelian

Dari pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Gaya Hidup

Gaya hidup menurut Kotler (1997: 159) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Setiadi (2010: 77) gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) apa dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat).

. Menurut Setiadi (2010: 77) gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) apa dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat).

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Dari pengertian gaya hidup di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

Suasana Toko

Atmosphere (suasana toko) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli (Kotler,2005). Store Atmosphere mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian.

Atmosfer toko adalah keseluruhan efek emosional yang diciptakan oleh atribut fisik toko (Simamora, 2003: 173).

Dari pengertian suasana toko di atas dapat disimpulkan bahwa suasana toko adalah suasana yang diciptakan oleh toko sehingga mempengaruhi emosi pembeli yang menyebabkan pembelian.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan keputusan pembelian dan kemampuan bersaing dengan tingkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Karena itu kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian yang besar dari manajer.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 347) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu jasa untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Bila suatu jasa telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai jasa yang berkualitas baik.

Menurut Parasuraman, dkk (Lupioadi, 2006 : 181) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pengunjung atas layanan yang mereka terima.

Kualitas pelayanan juga didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja suatu jasa (Mowen dan Minor, 2002 : 90).

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan tipe penelitian *eksplanatory*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan wawancara dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert atau *likert scale*.

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang memutuskan untuk datang ke Giggle Box Cafe & Resto Semarang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*.

Teknik Analisis Data

a. Analisis Data Kualitatif

Yaitu suatu analisis data yang digunakan untuk membahas dan menjelaskan data yang diperoleh dari hasil penelitian tentang gejala -gejala atau kasus yang dapat diuraikan dengan menggunakan keterangan-keterangan yang tidak berbentuk angka.

b. Analisis Data Kuantitatif

Yaitu suatu analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian dengan menggunakan perhitungan -perhitungan atau uji statistik dari data yang diperoleh yang berasal dari jawaban kuesioner dan data primer.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah data yang diberikan pada kuesioner dapat dipercaya atau tidak, serta dapat mewakili apa yang hendak diteliti (Sugiyono, 2010: 199).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan reliabel. Reliabel berarti apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2010: 172).

3. Analisis Tabulasi Silang

Menurut Imam Ghozali (2006:21) analisis ini pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Analisis ini digunakan untuk mengetahui presentasi kecenderungan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Korelasi

Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui besarnya presentase pengaruh semua variabel bebas (gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan) terhadap perubahan variabel terikat (keputusan konsumen).

6. Analisa Regresi

Analisa Regresi dilakukan bila hubungan dan variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang dua variabel tersebut (Sugiyono, 2010: 269).

Analisa Regresi

1. Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2010: 270).

2. Linear Ganda

Analisa regresi linear ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai *factor predictor* dimanipulasi (dinaik turunkannya nilai). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2010: 277).

7. Uji Signifikansi

Uji t merupakan pengujian secara individual, pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel (Y).

Uji Signifikasi

1. Uji T

Uji t merupakan pengujian secara individual, pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel (Y).

2. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa :

- a. Gaya Hidup (X₁) memiliki nilai korelasi 0,838 yang termasuk dalam kategori memberikan dampak sangat kuat dan menghasilkan t hitung 15,221 > t tabel 1,985 dan tingkat signifikan 0,563 > 0,05 sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis pertama (H₁) : Ada pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Gigggle Box cafe & Resto Semarang, diterima.
- b. Suasana Toko (X₂) memiliki nilai korelasi 0,709 yang termasuk dalam kategori memberikan dampak kuat dan menghasilkan t hitung 9,962 > t tabel 1,985 dan tingkat signifikan 0,284 > 0,05 sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis kedua (H₂) : Ada pengaruh antara suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Gigggle Box Cafe & Resto Semarang, diterima.

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

- c. Kualitas Pelayanan (X3) memiliki nilai korelasi 0,507 yang termasuk dalam kategori memberikan dampak sedang dan menghasilkan t hitung 5,822 > t tabel 1,985 dan tingkat signifikan 0,464 > 0,05 sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis kedua (H3) : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Giggle Box Cafe & Resto Semarang, diterima.
- d. Gaya Hidup (X1) Suasana Toko (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki nilai korelasi 0,879 yang termasuk dalam kategori memberikan dampak sangat kuat dan menghasilkan f hitung 108,974 > f tabel 3,938 dan tingkat signifikan X1 sebesar 0,563, X2 sebesar 0,284, dan X3 sebesar 0,146 secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- e. Jika variabel diuji secara parsial dan bersama-sama, yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian antara gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan adalah variabel gaya hidup.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gaya hidup pengunjung Giggle Box Cafe & Resto termasuk dalam seluruh kategori pembelian karena gaya hidup yaitu *Utilitarian Purchase, Indulgences, Lifestyle Luxuries, Aspirational Luxuries* yang berarti seluruh segmen menikmati jasa Giggle Box Cafe & Resto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 0,814 dimana t hitung (15,221) > t tabel (1,985).
2. Suasana toko Giggle Box Cafe & Resto dikatakan cukup baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan suasana toko terhadap keputusan pembelian sebesar 0,692 dimana nilai t hitung (9,962) > t tabel (1,985).
3. Kualitas pelayanan yang dimiliki Giggle Box Cafe & Resto dikatakan cukup baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,464 dimana t hitung (5,822) > t tabel (1,985).
4. Variabel gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dinyatakan positif karena memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,563 untuk gaya hidup, 0,284 untuk suasana toko dan 0,146 untuk kualitas pelayanan. Pengaruh yang paling besar diberikan oleh gaya hidup. Pengaruh yang signifikan terlihat dari hasil uji-F yang menyatakan bahwa nilai F -hitung sebesar 108,974 lebih besar dibandingkan dengan nilai F -tabel sebesar 3,938. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan taraf sangat kuat antara gaya hidup, suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Giggle Box Cafe & Resto Semarang, dimana koefisien korelasi (R) sebesar 0,879.

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang telah diperoleh, penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Giggle Box Cafe & Resto Semarang, yaitu :

1. Keputusan pembelian di Giggle Box Cafe & Resto menunjukkan hasil yang cukup tinggi, namun tetap perlu dilakukan peningkatan di beberapa aspek dan lebih memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen agar keputusan pembelian di Giggle Box Cafe & Resto terus meningkat
2. Melihat dari hasil penelitian seluruh segmen menikmati jasa Giggle Box Cafe & Resto. Dari hasil tersebut akan lebih baik apabila mengakomodir aspirasi konsumen sesuai masing-masing segmen konsumen. Ruang pengunjung yang terbagi dalam 3 ruang terpisah sudah tepat dan yang perlu ditingkatkan adalah desain ruangan yang perlu disesuaikan dengan kalangan pengunjung. Desain interior yang disenangi kalangan muda dan karyawan adalah ruangan terbuka dan sudah baik, namun untuk ruangan yang sering digunakan keluarga perlu penambahan atau desain ulang untuk mengakomodasikan kenyamanan anak-anak. Sementara itu perlu ruangan yang lebih formal untuk mengakomodasikan pertemuan-pertemuan yang bersifat semi formal.
3. Adapun saran pada aspek suasana toko antara lain:
 - a. Variasi jenis musik yang diputar
Pihak manajemen bisa melakukannya dengan menambahkan variasi jenis musik yang diputar. Pihak manajemen bisa membuat jadwal tema maupun jenis musik yang diputar setiap beberapa jam, setiap harinya, dimana pelanggan bisa meminta diputarkan lagu sesuai dengan tema atau jenis musik pada waktu tersebut. Untuk mengetahui tema maupun jenis musik yang diputar, pihak manajemen dapat menginformasikan lewat bagian informasi yang sedang bertugas apabila pelanggan meminta suatu lagu pelanggan dapat meminta melalui karyawan cafe.
 - b. Fasilitas parkir yang tersedia
Usaha yang dapat dilakukan adalah apabila tidak memungkinkan untuk memperluas lahan parkir maka pihak manajemen harus meningkatkan keamanan pada area parkir karena konsumen yang membawa motor harus parkir di area luar cafe. Masalah fasilitas perparkiran yang tidak memadai untuk kendaraan bermotor dapat diatasi dengan adanya koordinasi pihak manajemen dengan petugas parkir yang dapat mengatur wilayah perparkiran di wilayah sekitar cafe.
4. Adapun saran untuk aspek kualitas pelayanan adalah perlu adanya evaluasi dan pelatihan secara rutin terhadap agar karyawan lebih mampu melayani konsumen dan bersikap ramah dan sopan terhadap konsumen sehingga konsumen merasa senang dan puas telah berkunjung ke Giggle Box Cafe & Resto Semarang.

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2009. *Marketing*. Jakarta : Media Pesindo.
- Arikunto. 2007. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineksa Aksara.
- Assael, H., 1992, *Consumer Behavior & Marketing Action, Fourth Edition*, New York: Kent Publishing Company.
- Baru Swasta dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Berman, Barry and Koel R. Evans. 2004. *Retail Management : A Strategic Approach. 10th Edition*. Prencice Hall Inc., New Jersey.
- _____. 2010. *Retail Management : A Strategic Approach. 10th Edition*. Prencice Hall Inc., New Jersey.
- Bernard. T. Widjaja. 2009 . *Lifestyle Marketing : Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Cooper, Donald R., dan C. William emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jilid 1. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Drummond, Helga. 2003. *Pengambilan Keputusan Yang Efektif*. Jakarta : Gramedia
- Engel, J. F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*. Chicago : Dry den, 12, pp. 251-264.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung : Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Edisi Kedua)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Edisi Kedua)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins, D. I, Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. 2007. *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. New York : Mc. Graw Hill Company Inc.
- Hermawan, Kartajaya. 2004. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta : Gramedia.
- Husein Umar. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Indriantoro, dan Supomo. 2002. *Metodelogi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE- Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid satu, Edisi Kedua. Jakarta : Indeks Gramedia.

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

- Kotler, Philip. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi kedua belas*. Jakarta : Gramedia.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Levy, C Michael Minor. 2001. *Retailing Management. Internasional Edition*. Mc Graw-Hill, New York.
- Mowen, C, John Dan Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Mursinto, Djoko. 1990. *Analisis Regresi dan Contoh Kasus, Edisi Kedua*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor Selatan : Ghalia Indah.
- Ratminto dan Winarsih Atik Septi. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: penerbit Pustaka Pelajar.
- Schiffman, Leon G, Leslie, Lazar, kanuk. 1997. *Consumer Behavior*. New Jersey : Pretice Hall Inc.
- _____. 2000. *Consumer Behavior*. New Jersey : Pretice Hall Inc.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2005. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Amus Yogyakarta dan CV. Ngeksigondo Utama.

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Supranto, Johannes. 2006. *Metode Penelitian dan Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Utami, Widya, Cristina. 2006. *Manajemen Ritel*. Jakarta: salemba Empat.

Wirawan, Nata. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensial) Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Kedua. Denpasar: Keramat Emas.

Internet :

Bisnis Kuliner yang Sukses Membutuhkan Ini (2015). Dalam <http://www.lenteranews.com/berita-bisnis-kuliner-yang-sukses-membutuhkan-kreativitas-ini.html>. Diakses pada 20 Desember 2015

Giggle Box Cafe dan Resto Semarang. Dalam : <http://id.openrice.com>

Jurnal :

Evanina Sinturi, Erida, Ade Titi Nifita. Vol 1 No. 2 April-Juni 2012. *Judul Jurnal : Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan menggunakan Blackberry*.

Muhammad Fuad. 2010. *Pengaruh Store Tmosphere dan Perilaku Konsumen Di Toko Buku GRAMEDIA MALANG*.

Parasuraman, A., Zeithmal V.A., & Berry, L.L. 2000. *Servqual: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Reatailing, 64 No.1

Resti Meldarianda. September 2010, Hal. 97-108. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung*.

¹ Gladis Punky Suharto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, gladispunky@gmail.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro