

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Perilaku Pengunjung Pada Kafe *La Aquanos* Malang

Muhamad Zainul Fanani¹ dan Tito Haripradianto²

¹ Mahasiswa Program Sarjana Arsitektur, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

² Dosen Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

Alamat Email penulis: archme.mf@gmail.com

ABSTRAK

Kota Malang adalah kota terbesar nomor dua di Jawa Timur disebut juga sebagai kota pelajar. Kondisi ini menuntut adanya penyediaan fasilitas untuk berkumpul. Hal ini sejalan dengan adanya tren kafe di masyarakat, khususnya para remaja. Menanggapi fenomena ini para pelaku bisnis kuliner tidak lagi hanya memikirkan tentang produk yang mereka jual, namun juga tentang *store atmosphere* yang ada di dalam kafe mereka, agar pengunjung merasa betah dan menikmati suasana kafe yang ada. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini guna melihat apakah terdapat pengaruh yang ditimbulkan *store atmosphere* terhadap perilaku pengunjung di dalam kafe *la aquanos* Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi dengan *behavioral mapping* dan pembagian kuisioner terhadap 70 responden yang semuanya adalah pengunjung kafe *la aquanos* pada waktu pengamatan. Hasil kuisioner akan dianalisis menggunakan statistika. Dari hasil pengolahan data didapatkan nilai $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan *store atmosphere* memberikan pengaruh yang signifikan (64.5 %) terhadap interaksi dan durasi pengunjung di dalam kafe *la aquanos* Malang dan variabel yang paling berpengaruh adalah tata letak serta suhu udara.

Kata kunci: *store atmosphere*, kafe *la aquanos*, perilaku, statistika

ABSTRACT

Malang is the second largest city in East Java called as educational city. This conditions need a public space used for gathering. React to this phenomena, the culinary businessmen not only focus on their product but also start to concern on their cafe atmosphere condition so the costumers feel homey and enjoy the café atmosphere. The purpose of this research is to know how the effect of store atmosphere to costumer behavior in the café la aquanos Malang. The research method used by writer is observation using behavioral mapping and collected data using questioners to 70 respondents that visit la aquanos café in observation time. Collected data managed by statistic analyze. Base on statistic analyze and processed data, it is shown that $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$, means that H_0 rejected, and store atmosphere give significant effect to costumer behavior (64.5 %) especially for customer interaction and duration in the la aquanos café and most significant effect caused by layout system and temperature.

Keywords: *store atmosphere*, *la aquanos café*, behavior, statistic

1. Pendahuluan

Kota Malang adalah kota terbesar nomor dua di Jawa Timur disebut juga sebagai kota pelajar karena banyaknya instansi pendidikan, dari pendidikan dasar sampai dengan pendidikan tinggi. Hal ini sejalan dengan jumlah remaja yang terdapat di Kota Malang total sebanyak 189.403 remaja yang terdiri dari 93.476 remaja putra dan 95.927 remaja putri. Jumlah remaja di Kota Malang yang cukup banyak ini menunjukkan adanya kebutuhan lain yang harus dipenuhi, yakni kebutuhan sosial untuk berkumpul dalam suatu kelompok. Kebutuhan sosial ini memberikan peluang bagi pengusaha dalam membangun bisnis yang menyediakan fasilitas bagi para remaja dalam hal sosialisasi. Salah satu bisnis yang saat ini berkembang adalah bisnis kuliner baik itu resto maupun kafe. Pengertian kafe menurut Marsum (2005) adalah suatu tempat yang menyediakan makanan atau minuman dengan dilengkapi suasana tempat santai dan tidak resmi, dengan adanya tempat duduk di dalam ataupun di luar. Pada umumnya, Kafe tidak menyediakan makanan berat namun hanya menyediakan menu makanan ringan seperti kue, roti, dan minuman.

Pengunjung saat ini tidak hanya melihat bagaimana suatu kafe atau resto menyajikan makanan dan minuman, tetapi suasana makan yang nyaman dan menarik menjadi salah satu pertimbangan pengunjung dalam memilih kafe dan resto sebagai tempat makan dan menghabiskan waktu. Suasana kafe atau store atmosphere juga menjadi identitas sebuah kafe dan resto. Kotler (1973) berpendapat bahwa kualitas toko dapat dilihat melalui dekorasi toko dan atmosfernya. Atmosfer atau suasana toko dapat dijadikan media komunikasi yang terselubung yang dapat memperlihatkan kualitas dari kafe dan resto tersebut, sehingga Kotler (1973), menyatakan atmosfer dapat berfungsi sebagai media untuk membujuk konsumen agar menggunakan jasa atau membeli barang yang ada dan bertahan lebih lama didalam kafe. Atmosphere atau bisa disebut suasana toko adalah kondisi yang ada dan sesuai dengan pasar yang menjadi target dan dapat menarik konsumen untuk membeli (Kotler, 2005). (Sutisna dan Pawitra, 2001) berpendapat atmosphere adalah sebuah rangsangan yang akan dipahami pengunjung dalam suatu toko. Menurut Kotler (1973) faktor-faktor atau elemen store atmosphere yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung adalah lighting, layout, sound, colours dan temperature. Semua faktor atau variabel tersebut dipercaya dapat memberikan pengaruh terhadap pengunjung dan menjadikan kelima elemen tersebut sebagai variabel dalam pengamatan ini.

Dari uraian diatas dapat diidentifikasi bahwa terdapat hubungan antara store atmosphere dan perilaku pengunjung, dimana store atmosphere dapat memberikan pengaruh baik itu positif ataupun negatif terhadap pengunjung. Hal ini menjadikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan permasalahan yang diangkat adalah seberapa besar pengaruh yang diberikan? dan variabel apa saja yang memberikan pengaruh paling signifikan?. Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan utama dari dilakukannya penelitian adalah untuk melihat dan mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan store atmosphere terhadap perilaku pengunjung, khususnya dalam hal interaksi dan durasi untuk berada di dalam kafe. Selanjutnya adalah untuk mengetahui variabel apa saja yang memberikan pengaruh paling signifikan terhadap perilaku pengunjung di kafe la aquanos Malang.

2. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang memiliki judul pengaruh *store atmosphere* terhadap perilaku pengunjung pada kafe *La Aquanos* Malang adalah metode penelitian kuantitatif (regresi linear berganda) dengan metode pendukung kualitatif (*behavioral mapping*). Kasiram (2008: 149) dalam bukunya menjelaskan bahwa penelitian berjenis kuantitatif adalah penelitian dengan proses yang sudah ditentukan dan mencari hasil dengan menggunakan sumber data terukur sebagai alat untuk menganalisis permasalahan yang ingin diketahui. Penelitian berjenis kualitatif adalah suatu penelitian dengan pendekatan atau penelusuran yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengamati gejala sentral yang ada (Creswell, 2008 dalam Raco 2010).

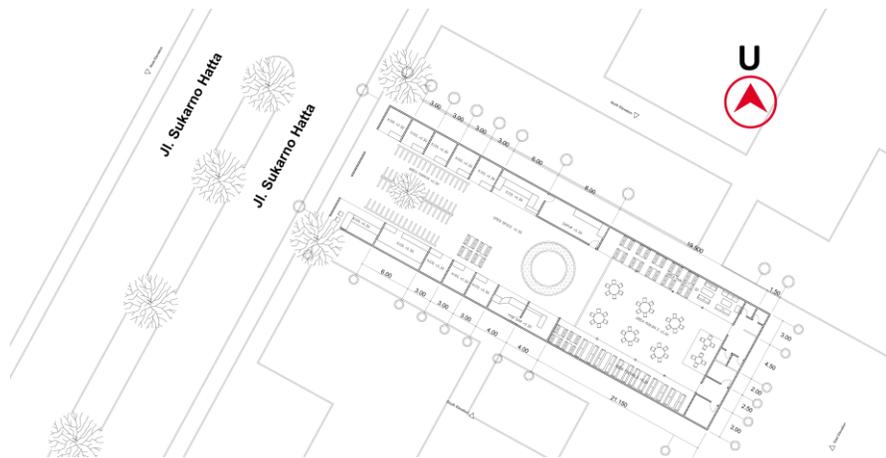
Dalam penelitian yang dilakukan, populasi adalah seluruh pengunjung kafe *la aquanos* Malang. Populasi tidak membedakan apakah pengunjung berasal dari luar kota ataupun penduduk asli kota Malang. Dalam penelitian yang dilakukan, penentuan sampel dilakukan dengan teknik *sample probabilitas*, dimana setiap populasi mendapatkan kemungkinan dan kesempatan yang sama besar untuk menjadi anggota sampel. Jenis sampling yang digunakan adalah sampel acak yang sederhana, dimana sampling dilakukan secara acak terhadap populasi tanpa melihat strata dan anggota populasi dianggap homogeny, yaitu remaja dengan usia (15-25 tahun). Jumlah responden yang dibagikan kuisioner berjumlah 70 kuisioner. Selain menggunakan kuisioner data didapatkan melalui observasi *behavioral mapping*, tujuannya untuk mendapatkan pola perilaku dan aktifitas pengunjung didalam kafe. Pada tahap observasi *behavioral mapping* menggunakan dua *mapping*, *person centered mapping* dan *place centered mapping*.

Tahapan selanjutnya adalah proses analisis data yang sudah dikumpulkan. Data dari *mapping* kemudian di analisis dan memunculkan pola perilaku dominan di dalam kafe serta jenis aktifitas yang dilakukan pengunjung. Peneliti dapat menemukan pola sirkulasi dan pusat aktifitas didalam kafe. Hasil dari *mapping* kemudian di hubungkan dengan analisis *Space syntax*. Dari *Space syntax* diketahui bahwa hasil *mapping* sudah sesuai. Tahap berikutnya adalah melakukan analisis statistik yang digunakan untuk mendapatkan data dan mengetahui pengaruh variable yang digunakan terhadap perilaku pengunjung kafe.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Data Umum Objek

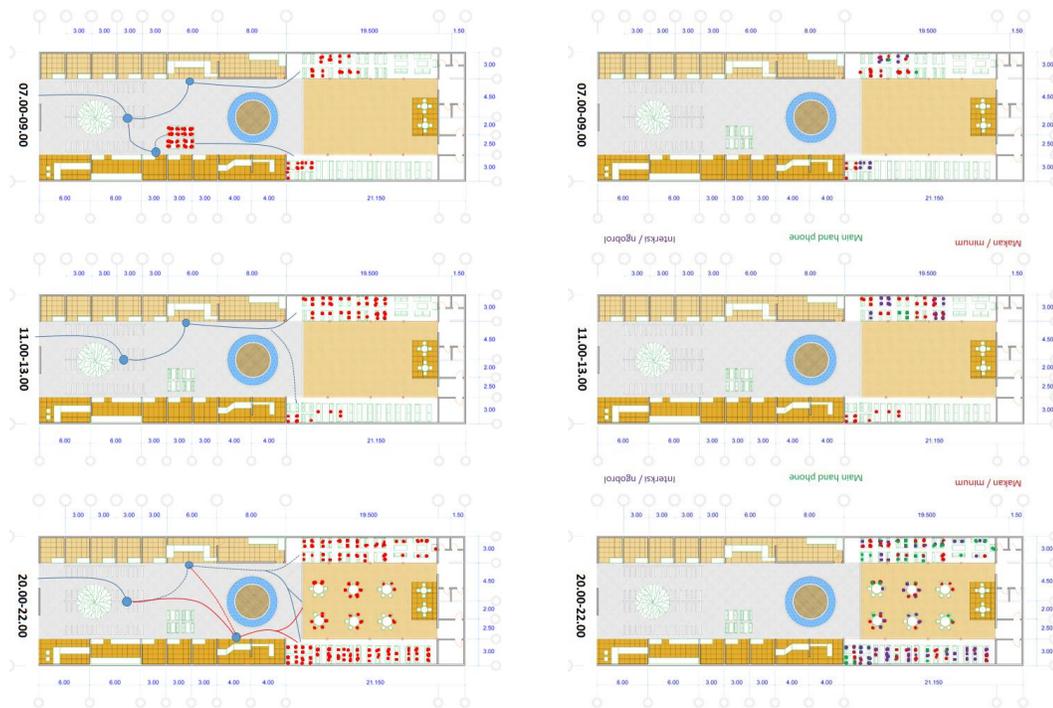
Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Kafe yang merupakan jenis bangunan publik komersil. Kafe yang menjadi objek penelitian adalah Kafe *La Aquanos* seperti pada Gambar 3.1 berada di Jl. Soekarno Hatta No. 18A, Jatimulyo Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141. Objek ini dipilih karena lokasi objek dekat dengan pusat aktifitas remaja, yaitu kampus dan sekolah, sehingga memudahkan pengunjung dalam mencapai objek penelitian. Faktor berikutnya adalah kondisi kafe yang cukup ramai dan konsep yang disajikan menarik, namun secara kondisi fisik arsitektural kafe ini kurang baik, seperti pada pemilihan warna yang kurang cerah, penggunaan perabot yang tidak ergonomis, penerangan yang tidak sesuai standar, sehingga menjadi alasan dalam pemilihan objek penelitian tersebut.



Gambar 1. Peta lokasi Kafe La Aquanos

3.2 Analisa Behavioral mapping

Behavioral mapping digunakan untuk mengetahui pola perilaku disuatu tempat dengan cara pemetaan kondisi atau fenomena yang ada. Pemetaan menggunakan person centered *mapping* dan placed centered *mapping*. Person centered *mapping* digunakan untuk mengetahui atau mengidentifikasi pola perilaku yang terjadi di kafe La Aquanos. Placed centered *mapping* digunakan untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan pengguna di dalam kafe La Aquanos.



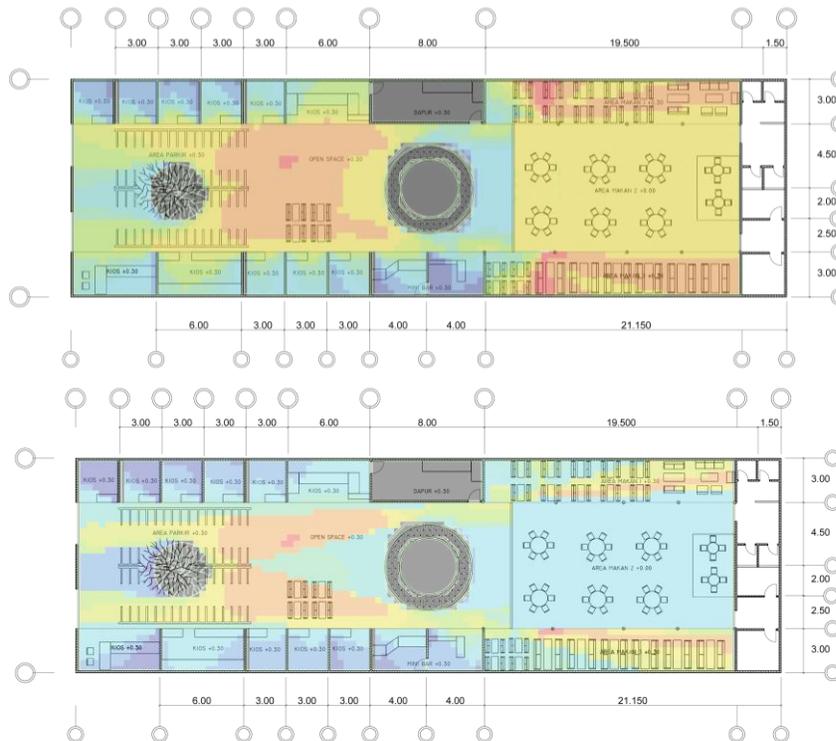
Gambar 2. Hasil behavioral mapping

Dari hasil dapat disimpulkan bahwa area makan satu menjadi area pilihan pengunjung pada waktu siang hari, baik itu weekday ataupun weekend. Hal ini terlihat dari

banyaknya jumlah pengunjung selama waktu pengamatan. Untuk malam hari, Area makan tiga menjadi pilihan pengunjung, baik itu weekday ataupun weekend. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung di area tiga selama waktu pengamatan. Area makan satu pada pagi dan siang hari berfungsi sebagai area makan dan minum, hal ini dikarenakan aktifitas dominan adalah makan dan minum. Pada malam hari area makan satu menjadi tempat dengan aktifitas penggunaan handphone terbanyak, dan area dua dan tiga menjadi area dengan aktifitas interaksi paling banyak. Pengunjung di area satu cenderung pasif dan lebih individualis. Berbeda dengan pengunjung di area dua atau tiga, mayoritas pengunjung lebih aktif dan sosialis, dimana mereka saling berinteraksi

3.3 Analisa Space syntax

Space syntax adalah sebuah metode analisis suatu ruang. Ben Hillier dan Juliene Hanson (1984) memperkenalkan *Space syntax* sebagai salah satu pendekatan yang efektif dan efisien dalam analisis konfigurasi ruang. Dalam penelitian ini *space syntax* digunakan untuk mendukung hasil observasi berupa *mapping*. Data keluaran dari *space syntax* kemudian dibandingkan dengan hasil observasi berupa *mapping*. Tujuannya untuk melihat apakah ada kesesuaian antara hasil *mapping* dan *space syntax*.



Gambar 3. hasil *space syntax*

Pada analisis *connectivity*, dapat dilihat pusat aktifitas yang ada di kafe la aquanos berada di area depan kios dan area makan. Area didepan kios digunakan untuk tempat antrian pengunjung sat ingin memesan makanan. Untuk area makan, aktifitas paling banyak berada di area makan satu dan tiga. Hasil analisis *visual integration* menunjukkan bahwa di dalam kafe la aquanos terdapat dua jalur sirkulasi dan dua area yang menjadi pilihan

pengunjung. area yang dipilih oleh pengunjung adalah area makan satu dan area makan tiga.

3.4 Analisa Statistik (Kuisisioner)

Hasil data yang diperoleh dari kuisisioner diolah menggunakan SPSS sehingga menghasilkan data kuantitatif yang terukur. Dengan melakukan analisis statistika diharapkan dapat membuktikan bahwa store atmosfer memiliki pengaruh terhadap perilaku pengunjung dan diketahui seberapa besar pengaruh yang diberikan. Selain itu juga dapat diketahui faktor apa saja yang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengunjung.

3.4.1 Data responden

Tabel 1. Data responden dan waktu datang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	37	52.9	52.9	52.9
perempuan	33	47.1	47.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid siang	35	50.0	50.0	50.0
malam	35	50.0	50.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

3.4.2 Persepsi pengunjung

Persepsi pengunjung merupakan pandangan dari para pengunjung mengenai kondisi fisik kafe terutama pada kondisi lima variabel yang digunakan dalam menganalisis store atmosfer kafe la aquanos Malang. Berikut merupakan hasil dari persepsi pengunjung mengenai store atmosphere di dalam kafe la aquanos Malang.

Tabel 2. Persepsi pengunjung tentang store atmosphere

a. pencahayaan

indikator	Tidak setuju	netral	setuju	Sangat setuju
Kualitas	0	11.4%	68.6%	20%
Intensitas	0	18.6%	67.1%	14.3%
Warna	0	21.4%	60%	18.6%

b. tata letak

indikator	Tidak setuju	netral	setuju	Sangat setuju
Jalur sirkulasi	0	8.6%	68.6%	22.9%
Letak perabot	0	7.1%	67.1%	25.7%
Dimensi	0	7.1%	84.3%	8.6%

c. suara

indikator	Tidak setuju	netral	setuju	Sangat setuju
Kebisingan	0	20%	58.6%	21.4%
Kesesuaian	1.4%	15.7%	60%	22.9%
Kualitas	4.3%	21.4%	57.1%	17.1%

d. warna

indikator	Tidak setuju	netral	setuju	Sangat setuju
Warna dinding	0	22.9%	55.7%	21.4%
Warna perabot	0	17.1%	74.3%	8.6%
Warna plafond	0	25.7%	60%	14.3%

e. suhu udara

indikator	Tidak setuju	netral	setuju	Sangat setuju
Kondisi Suhu	1.4%	17.1%	64.3%	17.1%
Kesesuaian	0	41.4%	44.3%	14.3%
Kondisi angin	0	40%	52.9%	7.1%

3.4.3 Pengujian regresi

Tabel 3. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.645	.617	.593

Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa nilai R square memiliki 0.645 yang artinya variable independen memberikan pengaruh sebesar 64.5% terhadap variable dependen. Berdasarkan tabel 3 dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh diantara store atmosfer dan perilaku. Sisanya dipengaruhi oleh variable lain.

Tabel 4. ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.930	5	8.186	23.271	.000 ^a
	Residual	22.513	64	.352		
	Total	63.443	69			

a. Predictors: (Constant), Suhu Udara, Pencahayaan, Suara, Tata Letak, Warna

b. Dependent Variable: Perilaku Pengunjung

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi table annova sebesar 0,000 (< 0,05) dari hasil itu dapat ditarik kesimpulan bahwa model penelitian sesuai dan terdapat pengaruh yang signifikan antara store atmosphere dan perilaku pengunjung.

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel tata letak =0,000< 0,05 yang artinya Ho ditolak dan berarti terdapat pengaruh positif *store Atmosphere* khususnya tentang tata letak terhadap perilaku, hasil tersebut juga selaras dengan teori yang ada, bahwa suasana toko atau *store atmosphere* yang meliputi pencahayaan, *layout*, suara, warna dan suhu udara dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung kafe la aquanos. untuk suhu juga memiliki nilai sig dibawah 0.05 sehingga suhu udara Pada

tabel koefisien juga menunjukkan bahwa nilai sig. untuk variabel cahaya, suara, dan warna > 0,05 yang artinya H_0 diterima sehingga ketiga variable itu tidak memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap perilaku pengunjung kafe la aqaunos Malang.

Hasil temuan ini kurang sesuai dengan teori yang ada, dimana menurut teori dan studi terdahulu semua variabel itu dapat memberikan pengaruh. Kondisi ini dapat terjadi karena indikator perilaku yang digunakan dalam kuisioner adalah lebih pada durasi atau tingkat kenyamanan. Selain itu banyak faktor lain yang menjadi pengaruhi dalam hal hubungan store atmosfer terhadap perilaku.

Tabel 5. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.023	.827		4.863	.000		
	Pencahayaan	-.063	.072	-.097	-.863	.392	.438	2.285
	Tata Letak	.494	.085	.600	5.782	.000	.514	1.944
	Suara	.039	.064	.062	.604	.548	.533	1.875
	Warna	.084	.084	.115	1.004	.319	.422	2.371
	Suhu Udara	.145	.078	.226	1.860	.037	.377	2.653

a. Dependent Variable: Perilaku Pengunjung

3.5 Temuan Hasil

Dari hasil analisis perbandingan antara variable store atmosfer dan *behavioral mapping* baik itu *person centered mapping* dan *placed centered mapping* ditambah dengan analisis dengan regresi linear berganda yang sudah dibahas pada sub bab sebelumnya dapat dilihat bahwa store atmosfer memiliki pengaruh terhadap perilaku pengunjung dan dari kelima variable tersebut, suhu dan tata letak yang terbukti secara kuantitatif memiliki pengaruh terhadap perilaku pengunjung. Pada analisis *behavioral mapping* ditemukan bahwa pengunjung pada siang hari memilih area satu dan pada malam hari memilih area tiga. Apabila dibandingkan dengan hasil analisis *Space syntax* kondisi tersebut sesuai, karena hasil analisis *Space syntax*, area aktifitas padat adalah area makan satu dan tiga.

Dari proses analisis ditemukan beberapa fenomena menarik yang terjadi di kafe laaquanos, dan beberapa fenomena tersebut adalah

Fenomena siang hari

- a) Pengunjung cenderung menghindari cahaya matahari langsung dan mendekati pencahayaan buatan yang lebih baik.
- b) Tata letak dan jenis perabot mempengaruhi perilaku pengunjung yang berkaitan dengan aktifitas dan durasi
- c) Warna memberikan dampak psikologis pada pengunjung dalam memengaruhi aktifitas makan dan aktifitas interaksi
- d) Tata ruang dan sirkulasi memberikan pengaruh pada penentuan tempat duduk pengunjung, namun tidak signifikan.

Fenomena malam hari

- a) Tingkat pencahayaan dapat menjadikan pengunjung cenderung berinteraksi ataupun tidak
- b) Warna memberikan pengaruh pada jenis aktifitas terutama interaksi pengunjung
- c) Suhu udara yang nyaman menjadikan pengunjung lebih lama berada di dalam kafe
- d) Jenis musik yang pelan menambah durasi pengunjung didalam kafe

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berjudul pengaruh *store atmosphere* terhadap perilaku pengunjung pada kafe *La Aquanos* Malang, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara store atmosfer dan perilaku pengunjung. Store atmosphere memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung sebesar 64.5 % dan selebihnya terdapat pengaruh dari faktor lain.

Berdasarkan perhitungan statistik didapatkan bahwa variabel tata letak dan suhu udara memengaruhi secara signifikan perilaku pengunjung yang berkaitan dengan durasi untuk berada didalam kafe. Variabel store atmosfer cahaya, warna, dan suara memiliki nilai signifikansi diatas nilai alpha yang artinya H_0 diterima sehingga ketiga variable tidak memberikan pengaruh yang sangat signifikan.

Variabel yang memberikan pengaruh signifikan berupa tata letak dan suhu menjadi faktor utama dalam kafe dalam memberikan pengaruh terhadap pengunjung, sehingga variabel tersebut dapat disebut sebagai faktor utama dan ketiga variabel yang tidak memberikan pengaruh signifikan dapat disebut sebagai faktor pendukung dalam pengaruh store atmosphere terhadap pengunjung.

Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa hasil penelitian yang dilakukan sudah sesuai dengan jenis atau model yang digunakan dalam penelitian yang menjelaskan tentang pengaruh Store atmosphere terhadap perilaku pengunjung, terutama yang disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor tersebut terdiri atas beberapa variabel yaitu cahaya, tata letak, suara, warna dan suhu terhadap perilaku pengunjung khususnya pada durasi pengunjung untuk berada di dalam kafe *La Aquanos* Malang.

Daftar Pustaka

- Kasiram, M. 2008. Metodologi Penelitian. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, P. (2005) Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, P. (1973) Atmospheric as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*. 4, 48-64.
- Marsum, A.W. (2005). Restoran dan Segala Permasalahannya. Edisi IV. Yogyakarta: Andi ofset.
- Raco. (2010), Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- Sutisna dan Pawitra dan Pawitra, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.