



**PENGARUH HARGA DAN SUASANA KAFE DI KAWASAN SENGGIGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA**

*The Influence of Prices and Cafe Atmosphere in The Senggigi Area on
Purchase Decisions for Students*

**I Putu Septian Adi Prayuda¹, Fathurrahman², Slamet Mardiyanto Rahayu³,
Lale Ajeng Khalifatun Wardani⁴**

^{1,2,3,4}Universitas Islam Al-Azhar

¹Email: yuda.unizar@gmail.com

²Email: fathurrahmanmaks@gmail.com

³Email: slamet.mardiyantorahayu84@gmail.com

⁴Email: lalejeng26@gmail.com

Abstract

Senggigi is a popular tourist destination in West Nusa Tenggara. Price and cafe atmosphere are factors that determine purchasing decisions for a product. Based on research, it can be seen that the price and atmosphere of cafes in the Senggigi area greatly influence students' purchasing decisions.

Keywords: Finance, Millennial Generation, Convenience, Purchasing

Abstrak

Senggigi merupakan destinasi wisata yang populer di Nusa Tenggara Barat. Harga dan suasana kafe merupakan faktor yang menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa harga dan suasana kafe di Kawasan Senggigi sangat mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa.

Kata Kunci: Finansial, Generasi Milenial, Kenyamanan, Pembelian

PENDAHULUAN

Senggigi merupakan salah satu desa di Kecamatan Batulayar, Kabupaten Lombok Barat. Desa ini memiliki luas 6,87 km² dan terdiri dari 4 dusun. Penduduk desa ini berjumlah 4.711 jiwa dengan kepadatan penduduk 686 jiwa/km² (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat, 2023). Senggigi merupakan destinasi wisata yang populer di Nusa Tenggara Barat (Saputra dkk., 2023). Letaknya cukup dekat dari Kota Mataram yang merupakan pusat pendidikan tinggi di Nusa Tenggara Barat. Oleh karena itu, saat melepas lelah ditengah sibuknya perkuliahan atau dengan tujuan untuk mencari tempat yang kondusif saat mengerjakan tugas, kafe di kawasan Senggigi menjadi salah satu pilihan bagi mahasiswa.

Kebanyakan penelitian di Kawasan Senggigi berfokus pada perencanaan kawasan dan atraksi wisata, seperti: perencanaan taman wisata dengan konsep transformasi (Fibrianti, 2022) dan analisis kesiapan sport tourism Pantai Senggigi (Saputra dkk., 2023).

Harga dan suasana kafe merupakan faktor yang menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk (Baskoro & Mahmudmah, 2021). Sampai saat ini belum ada penelitian yang berfokus pada pengaruh harga dan suasana kafe di Kawasan Senggigi terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan

suasana kafe di Kawasan Senggigi terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa.

METODE

Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2024. Penelitian dilakukan secara *purposive sampling* terhadap 50 orang responden yang merupakan mahasiswa yang pernah membeli di kafe pada Kawasan Senggigi. Penelitian menggunakan kuisisioner. Hasil kuisisioner kemudian ditabulasi dan dianalisis secara deskriptif.

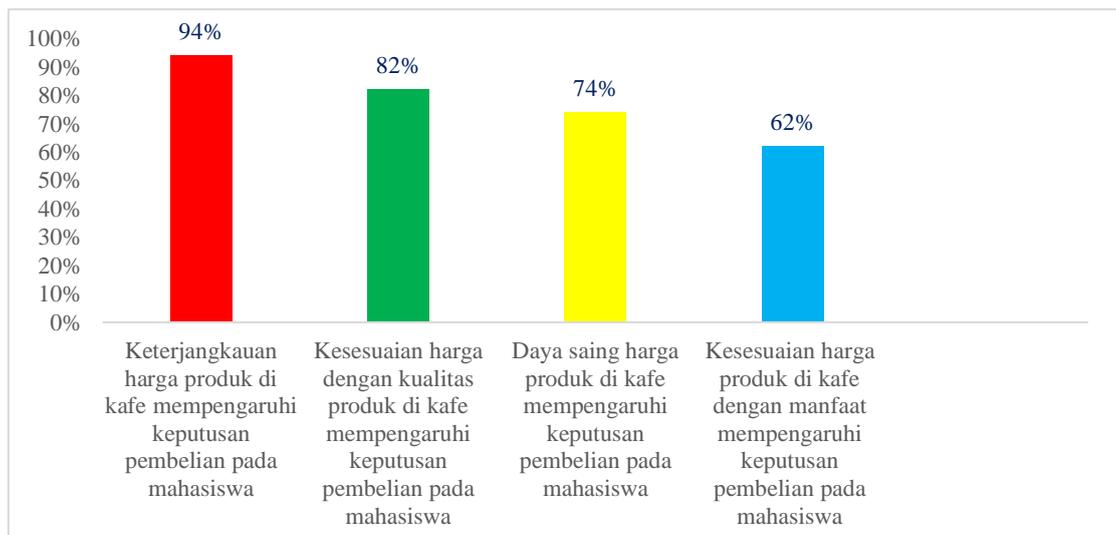
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat ini tidak diragukan lagi, ada kemajuan dalam banyak bidang, termasuk industri makanan dan minuman. Saat ini, banyak orang menghabiskan waktu di luar rumah untuk kepentingan pekerjaan atau hanya menghilangkan kepenatan. Kafe adalah salah satu pilihan mereka karena dinilai tidak hanya menjual makanan dan minuman tetapi juga memberikan kenyamanan bagi pengunjung (Sihombing dkk., 2022).

Keputusan pembelian merupakan suatu alasan bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan keperluan, keinginan, dan harapan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut (Faozi & Handayani, 2019).

Kafe adalah bisnis makanan dan minuman yang dikelola secara praktis dengan menawarkan Tingkat pelayanan yang lengkap dan ramah bagi pelanggan. Selain tempat makan dan minum, kafe juga memiliki banyak manfaat bagi pengunjung, seperti sebagai tempat untuk menghilangkan kejenuhan dan kelelahan pelanggan dan menciptakan suasana yang tenang dan damai (Bahari & Ashoer, 2018).

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat pengunjung sebuah kafe adalah harga, karena dianggap bahwa jika sebuah kafe menawarkan harga, kualitas yang didapat dari harga tersebut akan sebanding dengan kualitas yang diterima pelanggan. Jika makanan dan minuman dianggap terlalu mahal untuk jenis makanan yang disediakan oleh kafe pesaing, pelanggan tidak akan kembali ke kafe tersebut (Saraswati dkk., 2021).

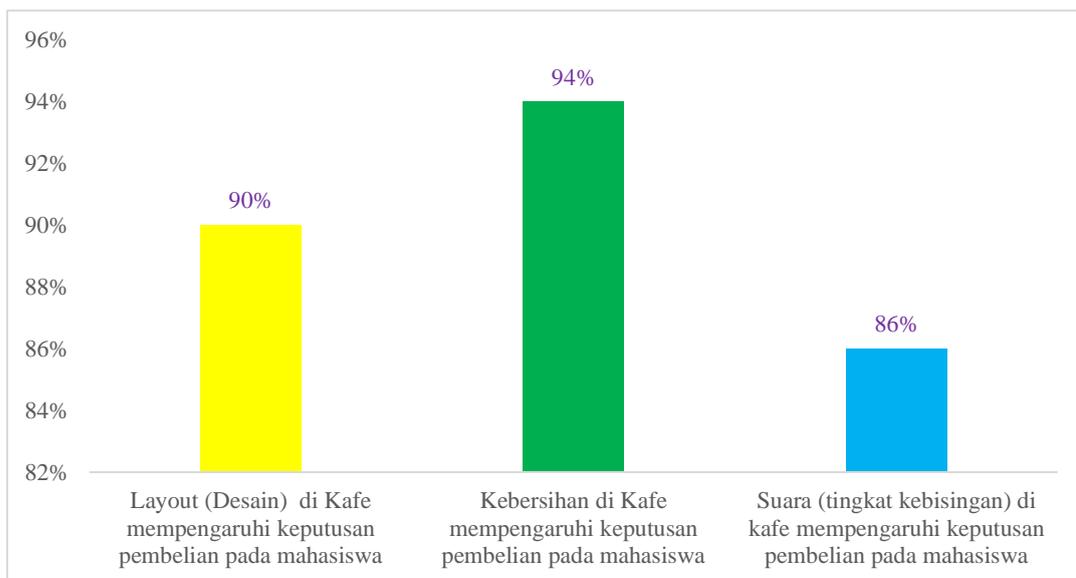


Gambar 1. Pengaruh Harga Produk di Kafe Kawasan Senggigi Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa 94% responden sangat setuju bahwa keterjangkauan harga produk di kafe mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa, 82% responden sangat setuju bahwa kesesuaian harga dengan kualitas produk di kafe mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa, 74% responden sangat setuju bahwa daya saing harga produk di kafe mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa, dan sebanyak 62% responden sangat setuju bahwa kesesuaian harga produk di kafe dengan manfaat mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa, sebagaimana tampak pada Gambar 1.

Kafe dimaksudkan menjadi tempat di mana pelanggan dapat melakukan hal-hal, seperti pertemuan, rapat, diskusi, atau bahkan hanya bersantai dan melupakan dunia luar (Oktaviani dkk., 2022). Oleh karena itu, suasana di dalam kafe sangat penting dalam mempengaruhi minat pelanggan untuk dating. Kafe yang mampu menciptakan suasana yang menyenangkan dan nyaman bagi pelanggan akan lebih menarik pelanggan untuk datang (Bahari & Ashoer, 2018).

Suasana kafe merupakan beberapa hal yang dilakukan oleh pemilik kafe, penjual, atau penyedia makanan terhadap kondisi atau keadaan di dalam ruangan. Suasana kafe juga telah berkembang dengan mempertimbangkan kenyamanan pelanggan, terutama kaum milenial, yang mendorong pemilik kafe untuk membuat suasana yang menarik untuk sosial media (*instagramable*) (Tondang dkk., 2023).



Gambar 2. Pengaruh Suasana di Kafe Kawasan Senggigi Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa

Berdasarkan penelitian dapat diketahui sebanyak 90% responden sangat setuju bahwa *lay out* (desain) di kafe mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa, 94% responden sangat setuju bahwa kebersihan di kafe mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa, dan 86% responden sangat setuju bahwa suara (tingkat kebisingan) di kafe mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa, sebagaimana tampak pada Gambar 2.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa harga dan suasana kafe di Kawasan Senggigi sangat mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa.



UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Al-Azhar yang telah memberikan Hibah Penelitian sehingga kegiatan penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat. 2023. *Kecamatan Batulayar Dalam Angka 2023*. Gerung: Pemerintah Kabupaten Lombok Barat.
- Bahari, A.F. & Ashoer, M. 2018. Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata. *Jurnal Minds: Manajemen Ide & Inspirasi*, 5 (1): 68-78.
- Baskoro, D.A. & Mahmudah, F. 2021. Pengaruh Harga dan Suasana Kafe Terhadap Keputusan Pembelian. *Global Research on Tourism Development & Advancement*, 3 (2): 136-162.
- Faozi, I. & Handayani, S.B. 2019. Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada PT. Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen & Akuntansi*, XXVI (47): 44-52.
- Fibrianti, B.S. 2022. Kajian Perencanaan Taman Wisata dengan Konsep Transformasi Bentuk di Kawasan Wisata Senggigi Lombok Barat. *Journal of Mandalika Literature*, 3 (1): 79-87.
- Oktaviani, A. A., Komsiah, S. & Syaifuddin, S. 2022. Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial & Humaniora*, 6 (3): 100-107.
- Saputra, S.Y., Hidayatullah, M.R. & Isnaini, L.M.Y. 2023. Analisis Kesiapan Sport Tourism Pantai Senggigi Lombok Barat Pada Era Kenormalan Baru. *Sprinter: Jurnal Ilmu Olahraga*, 4 (1): 7-13.
- Saraswati, K. D., Sanjaya, P. K. A. & Trarintya, M. A. P. 2021. Pengaruh Variasi Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan & Pariwisata*, 1 (2): 431-442.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H. & Maryono, M. 2022. Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1 (1): 26-33.
- Tondang, G.A., Nasution, M.L.I. & Dharma, B. 2023. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6 (1): 15-26.

