



Pengaruh Store Atmosphere, Food Quality, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Bakso Sor Talok (Survei pada Pelanggan Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar)

Muhammad Rizki¹, Sumaryanto²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta^{1,2}

*Email Korespondensi: 089677319962mr@gmail.com

Diterima: 10-08-2025 | Disetujui: 23-08-2025 | Diterbitkan: 25-08-2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of store atmosphere, food quality, and service quality on purchasing decisions of Bakso Sor Talok customers in Karanganyar Regency. This type of research is quantitative research with primary data sources. The population in this study were Bakso Sor Talok customers in Karanganyar Regency, with an unknown number. Sampling used non-probability sampling with purposive sampling technique, as many as 100 samples. Data collection techniques used questionnaires, observations and literature studies. The research instrument test used validity and reliability tests. The classical assumption test used multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation and normality tests. The data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, t-test, F-test, determination coefficient test (R²). The results of the validity and reliability tests show that all variables, namely store atmosphere, food quality, service quality and purchasing decisions are declared valid and reliable. The results of the classical assumption test show that all variables have passed the multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation and normality tests. The results of the regression test show $Y = 1.862 + 0.264 X_1 + 0.160 X_2 + 0.404 X_3 + e$. The results of the t-test show that store atmosphere (X₁), food quality (X₂), service quality (X₃) have a positive and significant effect on purchasing decisions at the Bakso Sor Talok shop in Karanganyar Regency. The results of the F test obtained the results that the regression model used in this study was appropriate. The results of the R² test showed that the contribution of the influence of the independent variables to the dependent variable was 64.8%. The rest (100% - 64.8%) = 35.2% is explained by other variables outside the model such as price, taste and location.

Keywords: store atmosphere, food quality, service quality and purchasing decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh store atmosphere, food quality, dan service quality terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar, dengan jumlah yang tidak diketahui. Pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling, sebanyak 100 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan studi Pustaka. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan normalitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi (R²). Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel yaitu store atmosphere, food quality,

service quality dan keputusan pembelian dinyatakan valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa semua variabel telah lolos uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan normalitas. Hasil uji regresi menunjukkan $Y = 1,862 + 0,264 X_1 + 0,160 X_2 + 0,404 X_3 + e$. Hasil uji t menunjukkan store atmosphere (X1), food quality (X2), service quality (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada kedai Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar. Hasil uji F memperoleh hasil bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat. Hasil uji R² menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 64,8 %. Sisanya (100% - 64,8 %) = 35,2 % diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya harga, cita rasa dan lokasi.

Kata kunci: store atmosphere, food quality, service quality dan keputusan pembelian

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Muhammad Rizki, & Sumaryanto. (2025). Pengaruh Store Atmosphere, Food Quality, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Bakso Sor Talok (Survei pada Pelanggan Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar). Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(3), 1306-1319. <https://doi.org/10.63822/ne768647>

PENDAHULUAN

Industri makanan dan kuliner di Indonesia terus mengalami perkembangan yang pesat, dengan berbagai jenis makanan dan sajian khas daerah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Industri jasa makanan adalah sektor ekonomi yang fokus pada pelayanan berupa penyediaan makanan dan minuman untuk dikonsumsi pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi perlahan-lahan telah mengubah gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat Indonesia. Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat ini melatarbelakangi berkembangnya produsen makanan siap saji khususnya mie ayam dan bakso. Mie ayam dan bakso dapat dikategorikan ke dalam Usaha Kecil Menengah (UKM).

Salah satu kuliner yang paling populer dan terkenal di Indonesia adalah mie ayam dan bakso. Menurut gaetlokal.id salah satu makanan khas Indonesia yakni bakso yang berasal dari Jawa menempati posisi pertama sebagai makanan favorit masyarakat dari semua kalangan. Kuliner khas Jawa ini memiliki daya minat yang tinggi tidak hanya di daerahnya namun juga di seluruh pelosok Indonesia dengan harga yang bervariasi dan terjangkau bagi kosumen.

Bakso daging merupakan produk olahan daging yang dibuat dari daging hewan ternak yang dicampur pati dan bumbu-bumbu, dengan atau tanpa penambahan bahan pangan lainnya, dan atau bahan tambahan pangan yang diizinkan, yang berbentuk bulat atau bentuk lainnya dan dimatangkan. Mie ayam juga menjadi makanan favorite masyarakat Indonesia sama halnya dengan bakso, dengan bentuknya yang panjang, teksturnya yang lembut, dan mengenyangkan membuat disenangi oleh semua kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa (Badan Standarisasi Nasional, 2014).

Bakso Sor Talok merupakan salah satu jenis UKM yang bergerak dalam bidang kuliner buatan rumahan (Homemade). Bakso Sor Talok berdiri sejak tahun 2004 di Tasikamdu, Karanganyar. Asal nama Bakso Sor Talok didapatkan dari tanaman yang ada didepan rumah yaitu buah talok. Bakso Sor Talok hingga saat ini banyak dikenal oleh masyarakat sekitar karena khas bakso dan mie ayamnya yang enak dan segar tanpa adanya bahan pengawet.

Penikmat kuliner saat ini telah menjadikan store atmosphere sebagai peranan yang penting untuk bersantap. Suasana yang nyaman menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian. Bahkan tidak sedikit konsumen yang lebih memilih makan disebuah warung atau kedai karena menyukai suasana pada warung atau kedai tersebut. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arfiani & Aprileny (2020) menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun hal ini bertolak belakang dengan penelitian Mardeliana & Rachmi (2021) yang menunjukkan bahwa store atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Kualitas makanan merupakan kualitas dari makanan yang dinamis dan harapan yang berhubungan dengan kondisi produk, jasa, manusia dan lingkungan yang dapat mempengaruhinya (Tjiptono, 2016:14). Kualitas makanan menjadi salah satu fokus utama dalam usaha kuliner, sebab kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan

begitu pula kedai Bakso Sor Talok perlu menjaga kualitas akan produknya dan terus berinovasi sehingga mampu menarik konsumen untuk membeli. Menurut Duda et al., (2019)“ Konsumen akan tertarik pada kualitas produk makanan yang ditawarkan, hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa faktor utama yang membuat konsumen mencoba sebuah warung atau kedai karena makanan yang ditawarkan”.

Fenomena yang terjadi pada food quality dengan kondisi saat ini adalah banyak pedagang mie ayam dan bakso yang memainkan kualitas yang dimiliki dengan harga yang ditawarkan. Pedagang harus memiliki strategi apabila menawarkan dengan harga lebih tinggi atau lebih rendah dengan pesaing lain harus memberikan kualitas makanan yang sebanding pula. Namun, faktanya saat ini banyak pedagang yang memainkan kualitas dengan memakai daging campuran bukan daging sapi asli tapi menjual dengan harga yang tinggi seperti memakai daging sapi tanpa campuran. Pedagang juga banyak yang menambahkan bahan pengawet pada mie dan bakso supaya masa simpan lebih lama dan teksturnya tetap terjaga. Maka, Bakso Sor Talok harus mampu menyajikan kualitas makanan yang sesuai dengan selera atau ekspektasi konsumen tanpa memanipulasi bahan dan memberikan tambahan yang berbahaya bagi kesehatan tubuh.

Bakso Sor Talok dalam pembuatan adonan bakso menggunakan full daging sapi yang fresh tanpa campuran daging ayam dan tidak menambahkan bahan pengawet, boraks dan sejenisnya. Bakso Sor Talok selalu membuat adonan bakso yang fresh setiap harinya, karena tidak menggunakan bahan pengawet yang tidak bagus untuk kesehatan sehingga masa simpan tidak lebih dari tiga hari pada suhu dingin. Begitu juga dengan kualitas mie yang bagus membuat cita rasa dari mie ayam menjadi gurih dan nikmat. Konsumen yang sudah mengetahui kualitas mie ayam dan bakso dari Bakso Sor Talok tidak akan merasa kecewa karena kualitas dari segi bahan yang digunakan, tekstur dan rasa yang dihasilkan sesuai. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fardiman & Ernawati (2020) menunjukkan hasil bahwa food quality berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian. Namun hal ini bertolak belakang dengan penelitian Okta Viana & Hartati (2022) yang menunjukkan bahwa food quality tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Service quality (kualitas pelayanan) sebagai kemampuan bisnis dalam memberikan pelayanan melampaui harapan dan kebutuhan pelanggan. Menurut (Indrasari, 2019:12) "Service quality merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menjunjung kemampuannya dalam upaya memuaskan kebutuhan konsumen secara langsung maupun tidak langsung". Jika pelayanan sesuai atau melebihi harapan, konsumen menganggap kualitas pelayanan baik dan memuaskan, kepuasan tersebut dapat membuat konsumen tidak kecewa dalam melakukan pembelian. Service quality dapat diketahui dengan cara membandingkan ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dibandingkan antara persepsi konsumen dari layanan yang diterima dengan layanan yang mereka ekspektasikan (Tjiptono, 2019:19).

Pada saat konsumen memiliki persepsi bahwa pelayanan telah sesuai dengan apa yang diharapkan maka dapat dikatakan konsumen telah merasa puas. Bakso Sor Talok harus mempunyai strategi dalam memberikan pelayanan dalam kondisi atau suasana ketika ramai supaya tetap dapat memberikan layanan dengan ramah dan cepat. Banyak atau tidaknya karyawan, respon dan cepat tanggap seorang karyawan, serta alur pembelian yang jelas, sangat menentukan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Bakso Sor Talok juga harus mampu menerima dan menanggapi saran, keluhan maupun kritikan dari konsumen dengan baik.

Fenomena yang terjadi pada service quality adalah munculnya respon dari konsumen terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Sebelum melakukan keputusan pembelian konsumen akan mencari dan memperoleh informasi tentang Bakso Sor Talok termasuk dalam hal pelayanan. Permasalahan yang muncul terkait pelayanan biasanya adalah banyaknya antrean konsumen ketika jam ramai atau sibuk dan

berpengaruh terhadap pelayanan yang diberikan. Terdapat pesaing dari Bakso Sor Talok yang memiliki karyawan terbatas sehingga memiliki double jobdesk yang menyebabkan pelayanan menjadi sedikit lama dan tidak maksimal.

Merespon kondisi tersebut dari situasi pesaing supaya dapat menarik konsumen, Bakso Sor Talok menerapkan sistem pelayanan yang baik karena terdapat pembagian karyawan yang memegang jobdesk masing-masing, diantaranya adalah kasir, sajian minuman dan makanan yang berbeda karyawan, dan bagian yang membersihkan area ruangan, sehingga tidak terdapat double jobdesk yang dapat mengganggu pelayanan menjadi tidak cepat dan memuaskan. Maka, berapapun jumlah konsumen yang datang tidak membuat konsumen menunggu terlalu lama.

Pelayanan yang baik tentu akan mendapatkan respon yang baik pula dari konsumen serta dapat menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriani (2020) menunjukkan hasil bahwa service quality berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya et al., (2021) menunjukkan hasil bahwa service quality tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang dilakukan pada pelanggan Bakso Sor Talok di Kecamatan Tasikmadu dalam keputusan pembelian produk. Untuk mengetahui pengaruh store atmosphere, food quality, dan service quality terhadap keputusan pembelian Bakso Sor Talok. Alasan memilih Bakso Sor Talok sebagai objek penelitian adalah Bakso Sor Talok memiliki tempat yang strategis dan memiliki banyak pelanggan dari berbagai daerah terutama pelanggan di Kabupaten Karanganyar.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar yang jumlahnya tidak diketahui dengan jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 100 responden.

Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Kriteria dalam pengambilan sampel yakni pelanggan Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar dan pernah melakukan pembelian dengan memberikan kuesioner kepada responden yang bersedia menjadi bagian dari sampel penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen (*store atmosphere, food quality dan service quality*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Persamaan regresi linier berganda ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Pengaruh Store Atmosphere, Food Quality, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Bakso Sor Talok (Survei pada Pelanggan Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar)

(Rizki, et al.)

$$\text{Persamaan : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- b1, b2, b3 = Koefisien Regresi Variabel X1 X2 X3
- X1 = store atmosphere
- X2 = food quality
- X3 = service quality
- e = Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen (*store atmosphere*, *food quality* dan *service quality*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Persamaan regresi linier berganda ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Persamaan : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- b1, b2, b3 = Koefisien Regresi Variabel X1 X2 X3
- X1 = *store atmosphere*
- X2 = *food quality*
- X3 = *service quality*
- e = *Standard Error* atau variabel pengganggu: yaitu variabel lain yang ikut mempengaruhi Y tetapi tidak diteliti.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1,862	1,524		1,222	0,225
Store Atmosphere (X1)	0,264	0,072	0,320	3,689	0,000
Food Quality (X2)	0,160	0,080	0,182	2,004	0,048
Service Quality (X3)	0,404	0,090	0,407	4,482	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2025

Tabel di atas diperoleh Persamaan Regresi :

$$Y = 1,862 + 0,264 X1 + 0,160 X2 + 0,404 X3$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah :

1. $a = 1,862$ (positif) artinya jika $X1$ (*store atmosphere*), $X2$ (*food quality*) dan $X3$ (*service quality*) konstan maka Y (keputusan pembelian) adalah positif
2. $b1 = 0,264$ *Store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
Artinya: jika *store atmosphere* meningkat maka Y (keputusan pembelian) akan meningkat, dengan asumsi variabel $X2$ (*food quality*) dan $X3$ (*service quality*) konstan/tetap.
3. $b2 = 0,160$ *Food quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
Artinya: jika *food quality* meningkat maka Y (keputusan pembelian) akan meningkat, dengan asumsi variabel $X1$ (*store atmosphere*) dan $X3$ (*service quality*) konstan/tetap.
4. $b3 = 0,404$ *Service quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
5. Artinya: jika *service quality* meningkat maka Y (keputusan pembelian) akan meningkat, dengan asumsi variabel $X1$ (*store atmosphere*) dan $X2$ (*food quality*) konstan/tetap.

Uji t

TABEL 2 HASIL Uji-t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1,862	1,524		1,222	0,225
Store Atmosphere (X1)	0,264	0,072	0,320	3,689	0,000
Food Quality (X2)	0,160	0,080	0,182	2,004	0,048
Service Quality (X3)	0,404	0,090	0,407	4,482	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2025

1) Uji –t Variabel $X1$ (*store atmosphere*)

Diperoleh nilai p -value (signifikansi) = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kesimpulan: H_1 yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kedai Bakso Sor Talok pada pelanggan di Kabupaten Karanganyar terbukti kebenarannya.

2) Uji –t Variabel $X2$ (*food quality*)

Diperoleh nilai p -value (signifikansi) = $0,048 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *food*

Pengaruh *Store Atmosphere*, *Food Quality*, dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Bakso Sor Talok (Survei pada Pelanggan Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar)

(Rizki, et al.)

quality berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kesimpulan: H2 yang menyatakan bahwa *food quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kedai Bakso Sor Talok pada pelanggan di Kabupaten Karanganyar terbukti kebenarannya.

3) Uji –t Variabel X3 (*service quality*)

Diperoleh nilai p -value (signifikansi) = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kesimpulan: H3 yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kedai Bakso Sor Talok pada pelanggan di Kabupaten Karanganyar terbukti kebenarannya.

Uji F

TABEL 3 HASIL Uji-F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	353,412	3	117,804	61,766	0,000 ^b
Residual	183,098	96	1,907		
Total	536,510	99			

A. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

B. Predictors: (Constant), Service Quality (X3), Store Atmosphere (X1), Food Quality (X2)

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 61,766 dengan nilai signifikansi (p . value) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi tepat untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu X1 (*store atmosphere*), X2 (*food quality*) dan X3 (*service quality*) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini bertujuan untuk besarnya sumbangan pengaruh variabel X1 (*store atmosphere*), X2 (*food quality*) dan X3 (*service quality*) terhadap Y (keputusan pembelian).

TABEL 5 UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,812 ^a	0,659	0,648	1,381

a. Predictors: (Constant), Service Quality (X3), Store Atmosphere (X1), Food Quality (X2)

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) untuk model ini adalah sebesar 0,648, artinya besarnya sumbangan pengaruh independen X1 (*store atmosphere*), X2 (*food quality*) dan X3 (*service quality*) terhadap Y (keputusan pembelian) sebesar 64,8 %. Sisanya (100% - 64,8 %) = 35,2 % diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya harga, cita rasa dan lokasi.

Pembahasan

Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t variabel *store atmosphere* (X1) diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya *store atmosphere* (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga H1 yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) kedai Bakso Sor Talok pada pelanggan di Kabupaten Karanganyar terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penjelasan Kotler (2019:402) yang mengatakan bahwa *store atmosphere* berperan penting dalam proses keputusan pembelian untuk mendorong ketertarikan konsumen dan membentuk kenyamanan ketika berkunjung

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arfiani & Aprileny (2020) dan Harahap et al., (2024) yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *store atmosphere* dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan bagi konsumen sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian meskipun pada awalnya mereka tidak memiliki niat untuk membeli. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak selalu rasional, tetapi sering kali dipengaruhi oleh suasana dan emosi yang dibentuk ketika konsumen melihat atau mengunjungi sebuah toko.

Implikasi dilaksanakannya penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *store atmosphere* memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi keputusan pembelian kedai Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan upaya-upaya untuk mempertahankan *store atmosphere* agar mampu meningkatkan keputusan pembelian kedai Bakso Sor Talok seperti menjaga kebersihan area tempat makan agar memberikan kenyamanan bagi konsumen diikuti suasana bagian dalam toko yang rapi dengan penunjuk arah yang jelas misalnya tulisan kasir dan toilet yang dapat terbaca oleh konsumen. Bakso Sor Talok juga harus memperhatikan penunjuk papan nama di depan kedai agar memudahkan konsumen untuk

mengenal. Tata letak yang tepat serta lingkungan yang bersih akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t variabel *store atmosphere* (X1) diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = 0,048 < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima artinya *food quality* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga H₂ yang menyatakan bahwa *food quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) kedai Bakso Sor Talok pada pelanggan di Kabupaten Karanganyar terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penjelasan Laela (2021) yang mengatakan bahwa *food quality* memiliki peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen akan menyukai restoran atau kedai yang memiliki kualitas sajian makanan yang baik dan dapat mempertahankan kualitasnya tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al., (2023) dan Ananta & Hariasih (2023) yang menyatakan bahwa *food quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa *food quality* memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian konsumen, terutama dalam industri makanan. Konsumen cenderung mempertimbangkan beberapa aspek dari kualitas makanan seperti rasa, porsi, penampilan, temperatur, dan bentuk sebelum memutuskan untuk membeli. Makanan yang enak, segar, dan disajikan secara menarik akan meningkatkan kepuasan pelanggan serta menciptakan pengalaman makan yang positif. Pengalaman positif ini kemudian membentuk persepsi konsumen terhadap merek atau tempat makan tersebut, yang berdampak langsung pada kemungkinan pembelian ulang di masa depan.

Implikasi dilaksanakannya penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *food quality* memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi keputusan pembelian kedai Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan upaya-upaya untuk mempertahankan *food quality* agar mampu meningkatkan keputusan pembelian kedai Bakso Sor Talok yaitu sesuai dengan indikator *food quality* pada penelitian ini menurut Grumezescu & Holban (2018:18) yaitu rasa, porsi, penampilan, temperatur, dan bentuk. Bakso Sor Talok harus mempertahankan kualitas bahan baku utama yang digunakan yaitu daging sapi, proses pengolahan yang higienis sehingga pada saat makanan di hidangkan kepada konsumen dalam bentuk sajian yang bersih dan menarik. Melalui strategi dan tahapan yang tepat dalam proses pengolahan akan memberikan sajian makanan yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada kedai Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar.

Pengaruh Service quality terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t variabel *service quality* (X3) diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima artinya *service quality* (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga H₃ yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) kedai Bakso Sor Talok pada pelanggan di Kabupaten Karanganyar terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penjelasan Tjiptono (2017:180) yang mengatakan bahwa *service quality* sebagai ukuran tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan

yang berdampak pada keputusan pembelian bagi konsumen sebagai bentuk persepsi atau tanggapan konsumen terhadap pelayanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sakinah et al., (2024) dan Andriani (2020) yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah, cepat, tanggap, dan profesional mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian, bahkan melakukan pembelian ulang di kemudian hari. Konsumen tidak hanya menilai produk dari kualitas tetapi juga dari bagaimana mereka diperlakukan selama proses pembelian berlangsung.

Implikasi dilaksanakannya penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *service quality* memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi keputusan pembelian kedai Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan upaya-upaya untuk mempertahankan *service quality* agar mampu meningkatkan keputusan pembelian kedai Bakso Sor Talok dengan memberikan pelayanan yang baik, responsif serta mampu menerima keluhan konsumen dengan begitu konsumen akan cenderung lebih loyal dan merekomendasikan tempat usaha tersebut kepada orang lain. Bakso Sor Talok perlu menjaga dan meningkatkan *service quality* dan menjadi strategi penting dalam memenangkan hati konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar
2. *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar
3. *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso Sor Talok di Kabupaten Karanganyar

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan Kesimpulan yang diperoleh dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Bakso Sor Talok
 - a. Pihak Bakso Sor Talok sebaiknya mempertahankan dan berusaha meningkatkan *store atmosphere* yang baik dengan tata letak, bagian dalam dan luar area yang nyaman dan aman, supaya ketertarikan konsumen terhadap tempat Bakso Sor Talok dapat mendorong keputusan pembelian dapat meningkat.
 - b. Pihak Bakso Sor Talok harus mempertahankan *food quality* produk mie ayam dan bakso supaya pelanggan merasa puas dan tidak kecewa dengan menu makanan yang disajikan dengan porsi, rasa, bentuk, serta sajian yang tepat dapat mendorong keputusan pembelian

- konsumen terus berlanjut
- c. Pihak Bakso Sor Talok sebaiknya mempertahankan, menjaga, dan memperbaiki segala sesuatu yang berhubungan antara karyawan dan konsumen terutama ketika memberikan pelayanan. *Service quality* yang baik akan berkesan dibenak konsumen, sehingga ketrtarikan konsumen untuk berkunjung pertama kali akan berdampak pada keputusan pembelianya di masa mendatang.
 - d. Pihak Bakso Sor Talok harus meningkatkan daya minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dengan memperbaiki aspek-aspek yang berpengaruh terhadap daya beli konsumen terutama dalam faktor-faktor meliputi *store atmosphere*, *food quality* dan *service quality* yang harus dipertahankan.
2. Bagi Peneliti lain
- Hasil penelitian ini dapat dieksplorasi dengan meneliti variabel independen lain seperti harga, lokasi, *word of mouth*, dan cita rasa sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komperehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Bakso Sor Talok, serta dapat meneliti kedai bakso lain sehingga akan diperoleh temuan empiris yang lebih lengkap.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterbatasan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu *store atmosphere*, *food quality* dan *service quality*, sehingga masih ada variabel lain yang kemungkinan besar dapat mempengaruhi keputusan pembelian dengan hasil yang positif dan signifikan.
2. Sampel sebanyak 100 responden dipilih sesuai perhitungan minimal yang ditetapkan dalam penelitian ini. Sehingga hasil penelitian ini memiliki keterbatasan dalam generalisasi terhadap seluruh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, A. V. R., & Hariasih, M. (2024). Pengaruh Food Quality, Service Quality, dan Customer Satisfaction terhadap Keputusan Pembelian di Restaurant Mi Gacoan Mojokerto. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 2(2), 14. <https://doi.org/10.47134/innovative.v2i2.28>
- Andriani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Resto Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café and Resto Sugar Rush Di Bontang. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 26 <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.2952>
- Anonim. (2024). *Pedoman Penyusunan Usulan Penelitian dan Skripsi Fakultas Ekonomi*. Unisri Press. Surakarta.
- Arfiani, P. N., & Aprileny, E. (2020). *Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Restoran Bijing Nabe Plaza Senayan)*. 1–15.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.

- Badan Standarisasi Nasional (BSN). (2014). *Bakso Daging SNI Nomor 01-3818- 2014*. Badan Standarisasi Nasional Jakarta.
- Berman, B. & Evans, J. (2018). *Retail Management* (Edisi 12). Alih Bahasa. Lina Salim Person:Jakarta.
- Cahaya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Duda, A., Adamczak, J., Chelminska, P., Juszkievicz, J., & Kowalczewski, P. (2019). Quality and Nutritional Textural Properties of Durum Wheat Pasta Enriched With Cricket Powder Foods. *Academic MDPI*, 8(2).
- Fardiman, M., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh food quality terhadap keputusan pembelian ayam geprek mba ida jl. datuk di banta kota bima. *Jurnal Brand*, 2(2), 154–161.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progm IBM SPSS*. Badan Penerbit Universita Diponegoro: Semarang.
- Grumezescu, A., & Holban, A. M. (2018). Natural and Artificial Flavouring Agents and Food Dyes. *Andre Gerhard Wolff*, 7.
- Harahap, A. R., Susanti, D., & Basriani, A. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Cabang Panam Kota Pekanbaru. *Pajak Dan Bisnis*, 5(1), 67–72.
- Hidayat, C., Setiawan, C., & Hariyanto, L. (2023). the Influence of Food Quality, Brand Image and Price on Purchase Decisions of Bogor’S Asinan Ahauw Traditional Food. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 8(1), 108–115.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama:Unitomo Press. Surabaya.
- J.B. and Kotschevar, L. H. K. (2019). “*Quantity food Production and Planning*”.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (Edisi 7). Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. & K. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12.). PT. Indeks. Jakarta. Laela Ella. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 180–186.
- Liliani, P. (2020). Analisis pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada behavioral intention restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 18–48.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Mardeliana, C., & Rachmi, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Makan Minang Sabana Mojokerto. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 7(2), 201–206.
- Margaretha, L., & Wulandari. (2021). *Kualitas Pelayanan PT.Asuransi Asei Indonesia Kantor Cabang Medan*. SANISTEK. Medan.
- Okta Viana, E., & Hartati, R. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi pada rumah makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 149– 164.
- P. and Keller, K. L. K. (2016). *Marketing Management* (edition 15). New Jersey: Pearson Pretice Hall Inc.

- Ratnasari, V. A., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value dan Impulse Buying (Survei pada Konsumen Hypermart Malang Town. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1(3), 1–5.
- Rusyadi, M. (2017). *Customer Excellence*. Gosyen Publishing: Yogyakarta. Sakinah, A. W. V, Gita, G., Handini, H., Mahmut, C., & ... (2024). Influence of Product Quality, Service Quality, and Price on Purchase Decision at Lesehan Jembol Restaurant in Palopo City. *JIM: Jurnal Ilmiah ...*, 924–930.
- Salsabilah, T., & S. (2018). Pengaruh Food Quality, Dining Atmosphere dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Ria Djenaka Shining Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1).
- Sudarmanto, E. (2022). *Metode Kuantitatif & Kualitatif*. Yayasan Kita Menulis. Tangerang.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Widiana Bhakti Persada: Bandung.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi IV)*. CV Andi Offset. Yogyakarta. Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction (Edisi IV)*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. CV Andi Offset. Yogyakarta. Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (Edisi I)*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, C. W. (2018). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia (Edisi 3)*. Salemba Empat. Jakarta.
- <https://www.gaetlokal.id> diakses pada tanggal 21 Desember 2024
- <https://maps.google.com> diakses pada tanggal 23 Desember 2024