

PENGARUH KERAGAMAN MENU, STORE ATMOSPHERE, DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen RM ABG Bumes Jambangan di Sragen)

Aulia Fathonah¹, Rizky Ramadhan Aprian Aditama²

^{1,2}Universitas Slamet Riyadi

auliafathonah111@gmail.com¹, rizkyramadhaanaa31@gmail.com²

Abstract: *ABG Bumes Jambangan Restaurant in Sragen is one of the culinary businesses located in the Jambangan area, Sragen Regency, Central Java. This restaurant is well-known among the local community for serving authentic Javanese dishes with a strong home-cooked flavor and affordable prices. This study aims to analyze the influence of menu diversity, store atmosphere, and reference groups on purchasing decisions. The type of data used in this study is quantitative data. The data source used is primary data. The sample in this study consists of 100 respondents who are consumers of ABG Bumes Jambangan Restaurant in Sragen. The sampling method used is purposive sampling or sampling based on specific characteristics. The data collection techniques in this study use questionnaires and literature review. The research instruments were tested for validity and reliability. Classical assumption tests were conducted using multicollinearity, autocorrelation, heteroscedasticity, and normality tests. Data analysis techniques included multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficient of determination (R^2) tests. The validity and reliability test results show that all items in the questionnaire regarding menu diversity, store atmosphere, and reference groups for purchasing decisions are valid because the p-value is < 0.05 , and reliable because Cronbach's Alpha is > 0.60 . The results of the classical assumption test show that all variables passed the tests for multicollinearity, autocorrelation, heteroscedasticity, and normal distribution. The results of the multiple linear regression analysis yielded the equation $Y = 4.146 + 0.369 X_1 + 0.394 X_2 + 0.254 X_3$. The t-test results indicate that there is a significant influence of menu variety (X_1), store atmosphere (X_2), and reference group (X_3) on purchasing decisions at ABG Bumes Jambangan Restaurant in Sragen. The F-test results indicate that the regression model used in this study is appropriate. The results of the coefficient of determination (R^2) test show that the contribution of the independent variables to the dependent variable is 60.7%. The remaining 39.3% is explained by other variables outside the model.*

Keywords: *Menu Variety, Store Atmosphere, Reference Group, Purchase Decision. Keywords: Tourist Attraction, Price, Facilities, Visiting Decisions.*

Abstrak: Rumah Makan ABG Bumes Jambangan di Sragen merupakan salah satu usaha kuliner yang berada di wilayah Jambangan, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Rumah makan ini dikenal oleh masyarakat sekitar karena menyajikan menu khas Jawa dengan cita rasa rumahan yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman menu, *store atmosphere* dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden konsumen Rumah Makan ABG

Bumes Jambangan di Sragen. Metode pengambilan sampel *purposive sampling* atau pengambilan sampel dengan karakteristik tertentu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Uji Instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan normalitas. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan kuesioner keragaman menu, *store atmosphere* dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$, dan reliabel karena $Cronbach'Alpha > 0,60$. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa semua variabel telah lolos uji multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan terdistribusi normal. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 4,146 + 0,369 X_1 + 0,394 X_2 + 0,254 X_3$. Hasil uji t diperoleh ada pengaruh signifikan keragaman menu (X_1), *store atmosphere* (X_2) dan kelompok acuan (X_3) terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan ABG Bumes Jambangan di Sragen. Hasil uji F diperoleh bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 60,7%. Sisanya ($100\% - 60,7\%$) = 39,3 % diterangkan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci: Keragaman Menu, *Store Atmosphere*, Kelompok Acuan, Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner semakin pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengandalkan makanan siap saji atau restoran untuk memenuhi kebutuhan mereka. Keanekaragaman kuliner yang dipengaruhi oleh budaya lokal menjadikan industri makanan dan minuman sebagai sektor yang terus tumbuh (Uluum, Dhewim, Dini, Azmi dan Supriyono, 2024).

Konteks globalisasi dan digitalisasi, industri kuliner tidak hanya berfungsi sebagai penyedia makanan, tetapi juga sebagai cerminan dari budaya, gaya hidup, dan tren konsumen yang terus berubah. Perubahan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk peningkatan kesadaran akan kesehatan, inovasi teknologi, dan pengaruh budaya global (Astuti dan Surodjo, 2023). Perubahan-perubahan tersebut secara tidak langsung telah memengaruhi cara pandang, preferensi, dan kebiasaan masyarakat dalam memilih serta mengonsumsi makanan, yang pada akhirnya membentuk pola perilaku konsumen di era modern.

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor - faktor ini mempengaruhi kebutuhan

dasar seperti snadang, pangan, dan papan. Faktor- faktor tersebut tidak diperhatikan oleh pemasar tetapi sebenarnya harus diperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Kotler and Keller, 2016:179).

Konteks perilaku konsumen modern, pemenuhan kebutuhan tidak lagi terbatas pada aspek fungsional seperti mengatasi rasa lapar, tetapi juga mencakup keinginan untuk mendapatkan pengalaman yang menyenangkan saat mengonsumsi makanan (Ningsih, 2021:8). Pemahaman tentang perilaku konsumen yang menginginkan lebih dari sekadar pemenuhan kebutuhan dasar sangat penting bagi pelaku industri kuliner. Perilaku konsumen perlu menyediakan lingkungan yang menyenangkan dan variasi menu yang sesuai dengan preferensi konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Mencakup preferensi terhadap tempat makan dengan suasana yang nyaman dan menu yang beragam (Putri 2024:49).

Konsep baru dalam industri kuliner yaitu adanya konsep *family resto*. *Family resto* adalah konsep tempat makan yang didesain khusus untuk memberikan pengalaman bersantap yang nyaman dan ramah bagi seluruh anggota keluarga. Gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk waktu berkumpul dengan keluarga menjadi momen berharga yang dicari banyak orang, sehingga kehadiran *family resto* berperan penting sebagai tempat untuk menghabiskan waktu bersama dalam suasana yang menyenangkan (Gloria, 2021).

Perkembangan konsep *family resto* di Indonesia dipicu oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menghargai waktu berkumpul dengan keluarga. Persaingan di sektor ini pun semakin ketat, di mana para pelaku bisnis berlomba-lomba menawarkan keunggulan berbeda untuk mena terutama dalam mempertahankan kualitas layanan dan kenyamanan, mengingat beragamnya kebutuhan dan ekspektasi dari konsumen keluarga. Perubahan preferensi masyarakat terhadap makanan sehat dan ramah lingkungan juga menjadi faktor penting yang mendorong restoran keluarga untuk terus berinovasi (Ramadhiani, 2024)

Perkembangan kuliner yang sangat pesat menjadikan rumah makan adalah salah satu sektor yang terus mengalami pertumbuhan. Persaingan antar rumah makan semakin ketat, sehingga pelaku usaha harus mampu mengahdirkan strategi yang tepat agar dapat menarik konsumen. Faktor – faktor seperti keragaman menu, *store atmosphere* dan kelompok acuan. Lemahnya keragaman menu, *store atmosphere* dan kelompok acuan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Perkembangan bisnis kuliner terjadi hampir disemua wilayah di Indonesia salah satunya di kabupaten sragen.

Tabel I
Pertumbuhan Industri Kuliner Di Kabupaten Sragen Tahun 2022 – 2024

Tahun	Jumlah (Unit)
2022	1.174
2023	2.740
2024	2.854

Sumber: DPMPTSP Sragen, 2024

Tabel tersebut menunjukkan jumlah pertumbuhan industri kuliner di Kabupaten Sragen dari tahun 2022 hingga 2024, dengan tren peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2022 terdapat 1.174 industri kuliner yang beroperasi di Kabupaten Sragen, kemudian meningkat signifikan menjadi 2.740 pada tahun 2023, lalu bertambah menjadi 2.854 pada tahun 2024. Peningkatan ini kemungkinan disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi daerah.

Perkembangan industri kuliner ini menuntut pengusaha kuliner untuk berani bersaing untuk mengambil keputusan dalam menetapkan strategi pemasaran yang tepat guna mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk untuk meningkatkan penjualan usahanya sehingga menjadi usaha yang lebih unggul dari pesaing yang lain.

Rumah makan ABG Bumes adalah salah satu rumah makan yang berada di Jl. Grompol Jambangan No.Km.7,Kec. Kedawung, Kabupaten Sragen.Rumah makan ABG Bumes ini berdiri sejak 2014. Rumah makan ABG Bumes singkatan dari ayam bebek goreng buntel kremes. Rumah makan ini memiliki konsep family resto dan konsep tradisional yang memadukan nuansa etnik jawa. Rumah makan ABG Bumes memiliki fasilitas tempat parkir yang luas dan menyediakan mushola yang nyaman, Rumah makan ABG Bumes bisa juga disewa untuk acara tertentu yaitu pernikahan, pertemuan keluarga dan acara lainnya. Rumah makan ini menawarkan keragaman menu serba kremes diantaranya spesial buntel kremes, spesial bakar kremes, spesial gudeg kremes dan spesial penyet kremes yaitu ada ayam, bebek, ikan dan lainnya. Menu minuman diantaranya ada es teh, es jeruk, aneka jus, es buah, es teler dan lainnya.

TabEL II

Penjualan Rumah Makan Abg Bumes Jambangan Periode Juni – Desember 2024

Bulan	Hasil Penjualan (Rp)
Juni	556.115.000
Juli	530.639.000
Agustus	480.323.000
September	456.413.500
Oktober	445.727.000
November	437.240.000
Desember	433.303.160

Sumber: RM ABG Bumes, 2024

Tabel di atas menunjukkan hasil pendapatan rumah makan ABG Bumes Jambangan bulan Juni sampai November 2024. Bulan juni penjualan sebesar Rp556.115.000, pada bulan Juli penjualan mengalami sedikit penurunan sebesar Rp530.639.000, pada bulan Agustus penjualan turun cukup signifikan yaitu Rp480.323.000, bulan September menurun menjadi Rp456.413.500, pada bulan oktober penurunan berlanjut menjadi Rp445.727.000 dan pada bulan november penjualan lanjut menurun mencapai Rp437.240.000, dan pada bulan desember penjualan terus menurun hingga mencapai Rp433.303.160.

Pendapatan di rumah makan ABG Bumes Jambangan dari bulan Juni hingga bulan Desember terus mengalami tren penurunan penjualan, meskipun pendapatan menurun, berdasarkan pengamatan rumah makan ABG Bumes Jambangan terlihat ramai dikunjungi oleh para konsumen. Penurunan pendapatan ini tidak selalu menandakan berkurangnya jumlah pengunjung, melainkan dapat disebabkan oleh perubahan pola konsumsi kosnumen yang bisa menjadi indikasi bahwa rumah makan perlu meningkatkan strategi terutama pada keragaman menu, *store atmosphere* dan kelompok acuan untuk mengembalikan keputusan pembelian konsumen dan dapat meningkatkan pendapatan pada bulan-bulan berikutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Keragaman menu

Kotler and Keller (2016:15) menyatakan bahwa keragaman produk adalah "Kelompok barang yang berhubungan dan berfungsi dengan cara yang kompetibel namun berbeda tetapi berhubungan".

Alma (2016:32) menjelaskan bahwa "Keragaman menu atau diversity of the menu adalah suatu hal atau keadaan yang beraneka ragam." Simamora (2016:441) mendefinisikan "keragaman menu sebagai seperangkat (keanekaragaman) lini menu dan unsur yang ditawarkan oleh penjual tertentu pada para pembeli." untuk menarik konsumen karena semakin banyaknya pilihan yang disediakan oleh restoran maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu sesuai keinginannya

2. Store atmosphere

Menurut Kotler and Keller (2016:69) bahwa "Store atmosphere adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli."

Store atmosphere adalah berbagi interior, tata letak, lalu lintas interior toko, kenyamanan udara, layanan musik, seragam panjang barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli (Berman and Evans, 2016:528).

Store atmosphere adalah kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, dan aroma yang secara keseluruhan akan menciptakan citra yang positif di mata pelanggan (Utami 2018:322).

Dapat disimpulkan bahwa store atmosphere adalah suatu kondisi atau suasana didalam toko dalam toko baik tata letak, desain interior, maupun desain eksterior yang bisa mempengaruhi kenyamanan konsumen sehingga konsumen dapat melakukan keputusan pembelian di rumah makan tersebut.

3. Kelompok acuan

Menurut Kotler and Armstrong (2018) Kelompok referensi adalah kelompok yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku seseorang. Kelompok ini dapat berfungsi sebagai titik acuan dalam membentuk sikap dan perilaku individu. Kelompok referensi

dapat berupa kelompok keanggotaan (individu menjadi bagian dari kelompok tersebut) atau kelompok aspirasional (individu ingin menjadi bagian dari kelompok tersebut).

Kelompok referensi adalah suatu kelompok (group) terdiri dari dua orang atau lebih yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai suatu tujuan. Kelompok yang penting meliputi keluarga, kawan dekat, mitra kerja, kelompok sosial formal (asosiasi profesional) (Setiadi, 2016:12)

Sumarwan (2016:305) "kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang".

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kelompok acuan adalah seseorang atau kelompok orang yang perspektif dan nilainya memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung dan itu digunakan oleh individu sebagai pedoman tunggal untuk berperilaku dan bersikap. Kelompok referensi digunakan seseorang sebagai dasar perbandingan atau referensi dalam membentuk respon.

III. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian: Ruang lingkup penelitian ini adalah survei pada konsumen Rumah Makan ABG Bumes Jambangan. Alasan pemilihan lokasi ini adalah Rumah Makan ABG Bumes Jambangan merupakan salah satu rumah makan yang berada di Jl. Grompol Jambangan No.Km.7, Kec. Kedawung, Kabupaten Sragen. Rumah makan ABG Bumes ini berdiri sejak 2014.

Jenis dan Sumber data : Kuantitatif dan data primer

Populasi: Menurut Sugiyono (2020:80) mengatakan bahwa "Populasi adalah aren generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang metniliki kualitas dan atribut tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan". Penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Rumah Makan ABG Bumes yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti.

Sampel: Menurut Sugiyono (2020:127) menyatakan bahwa baik jumlah populasi maupun karakteristiknya termasuk sampel. Peneliti menghitung ukuran sampel dengan menggunakan rumus Paul Leedy, untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut: (Arikunto, 2016:179)

$$(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p(1-p) / n = e^2$$

Keterangan

n = Ukuran sampel/jumlah responden p = Maksimal estimasi 0,25

e = Sampling error = 10%

Z = Tingkat kepercayaan 95% = 1,96

Berdasarkan hal tersebut dapat dihitung jumlah sampel sebagai berikut:

$$1,96^2$$

$$n = \frac{(0,25)(0,1)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sampel dibulatkan sebanyak 100 responden.

Teknik Pengambilan Sampel: Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan jenis sampling *non probability sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan kriteria sudah membeli minimal 1 kali dalam waktu 1-3 bulan terakhir, orang yang membeli untuk diri sendiri dan berusia 17 tahun keatas.

Definisi Oprasional Variabel:

1. Keragaman Menu

Keragaman menu adalah variasi jenis makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Rumah Makan ABG Bumes Jambangan. Menurut Mustaqim dan Amboningtyas (dalam Mujahidin, Hartono dan Varlandes (2022:142) mengatakan bahwa indikator keragaman menu sebagai berikut:

- a. Jenis pilihan menu makanan dan minuman
- b. Rasa makanan dan minuman
- c. Presentasi makanan dan minuman
- d. Ukuran porsi makanan dan minuman

2. Store Atmosphere

Store atmosphere adalah konsep desain yang dirancang untuk menarik perhatian dan membuat nyaman konsumen saat berada di Rumah Makan ABG Bumes

Jambangan. Menurut Berman and Evans (2018:464) indikator *store atmosphere* yaitu:

- a. Fasilitas dalam rumah makan (*interior*)
- b. Fasilitas luar ruangan (*eksterior*)
- c. Penataan letak
- d. Penataan interior

3. Kelompok Acuan

Kelompok Acuan adalah suatu kelompok (group) terdiri dari dua orang atau lebih yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Sumarwan (2016:307-208) indikator kelompok acuan terdiri dari:

- a. Pengaruh normatif
- b. Pengaruh ekspresi nilai
- c. Pengaruh informasi

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen untuk membeli sesuatu produk ketika konsumen telah mendapatkan sesuai yang diharapkan di RM ABG Bumes Jambangan. Menurut Kotler and Keller (2016:183) indikator keputusan pembelian terdiri dari:

- a. Pemilihan produk
- b. Pemilihan merek
- c. Pemilihan tempat penyalur
- d. Waktu pembelian
- e. Jumlah pembelian
- f. Metode pembayaran

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

- a. Uji validitas semua indikator memiliki nilai signifikansi ($p\text{-value}$) $0,000 < 0,05$ maka semua item pernyataan variabel dinyatakan valid.

- b. Uji reliabilitas semua indikator memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka kuesioner semua pernyataan dinyatakan reliabel.
 2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji multikolinieritas Uji multikolinieritas memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.
 - b. Uji heteroskedastisitas memiliki nilai $p\text{-value} \geq 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).
 - c. Uji normalitas memiliki nilai bahwa besarnya $p\text{-value} > 0,05$ menunjukkan keadaan yang tidak signifikan, maka residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas).
 3. Hasil Regresi
 - a. Keragaman menu berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
 - b. Store atmosphere berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
 - c. Kelompok acuan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
 4. Uji t
 - a. Uji signifikansi pengaruh keragaman menu (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Diperoleh nilai signifikansi ($p\text{-value}$) $= 0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. H_1 yang menyatakan bahwa keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah makan ABG Bumes Jambangan di Sragen terbukti kebenarannya.
 - b. Uji signifikansi pengaruh *store atmosphere* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Diperoleh nilai signifikansi ($p\text{-value}$) $= 0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. H_2 yang menyatakan bahwa *store atmosphere*

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah makan ABG Bumes Jambangan di Sragen terbukti kebenarannya.

- c. Uji signifikansi pengaruh kelompok acuan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) Diperoleh nilai signifikansi ($p\text{-value}$) = $0,004 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. H_3 yang menyatakan bahwa kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah makan ABG Bumes Jambangan di Sragen terbukti kebenarannya.

5. Uji F

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 52,074 dengan nilai signifikansi ($p\text{-value}$) sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi tepat dalam memprediksi pengaruh variabel bebas keragaman menu (X1), *store atmosphere* (X2), kelompok acuan (X3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

6. Koefisien determinasi

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi ($adjusted R^2$) untuk model ini adalah sebesar 0,607, artinya besarnya sumbangan pengaruh variabel independen keragaman menu (X1), *store atmosphere* (X2), kelompok acuan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 60,7%. Sisanya ($100\% - 60,7\%$) = 39,3 % diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya promosi, harga dan kualitas pelayanan.

Pembahasan dan hasil penelitian

1. Pengaruh keragaman menu terhadap keputusan pembelian

Hasil analisis diperoleh $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. H_1 yang menyatakan bahwa keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah makan ABG.

Implikasi hasil penelitian mengacu dari hasil analisis deskriptif responden terhadap variabel keragaman menu. Hasil penelitian menyatakan bahwa pilihan porsi makanan

dan minuman pada Rumah Makan ABG Bumes Jambangan sebaiknya semakin diperhatikan sehingga pilihan porsi makanan dan minuman di Rumah Makan ABG Bumes Jambangan semakin tersedia dalam berbagai ukuran sesuai dengan kebutuhan. Rumah Makan ABG Bumes Jambangan hendaknya tetap selalu menjaga presentasi makanan dan minuman sehingga makanan dan minuman yang disajikan di Rumah Makan ABG Bumes Jambangan memiliki tampilan yang selalu menarik agar keputusan pembelian semakin meningkat.

2. Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian

Hasil analisis diperoleh $p\text{-value } 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. H_2 yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah makan ABG

Implikasi hasil penelitian mengacu dari hasil analisis deskriptif responden terhadap variabel *store atmosphere*. Hasil penelitian menyatakan bahwa Rumah Makan ABG Bumes Jambangan sebaiknya semakin meningkatkan fasilitas luar misalnya mushola yang tersedia pada Rumah Makan ABG Bumes Jambangan dibuat semakin nyaman dan sebaiknya area parkir Rumah Makan ABG Bumes Jambangan selalu luas.

3. Pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan pembelian

Hasil analisis diperoleh $p\text{-value } 0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. H_3 yang menyatakan bahwa kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pada Rumah makan ABG Bumes Jambangan di Sragen terbukti kebenarannya.

Implikasi hasil penelitian mengacu dari hasil analisis deskriptif responden terhadap variabel kelompok acuan. Hasil penelitian menyatakan bahwa Rumah Makan ABG Bumes Jambangan sebaiknya semakin memperhatikan pengaruh normatif karena keputusan untuk ke Rumah Makan ABG Bumes Jambangan didasarkan rekomendasi dari keluarga dan sering didasarkan pada ulasan positif dari teman. Rumah Makan ABG Bumes Jambangan di Sragen hendaknya tetap selalu menjaga pengaruh ekspresi nilai

karena konsumen memilih makan di Rumah Makan ABG Bumes Jambangan disebabkan selalu cocok dengan gaya hidup orang-orang sekitar dan hendaknya tetap selalu menjaga pengaruh informasi karena informasi mengenai Rumah Makan ABG Bumes Jambangan selalu mudah ditemukan melalui berbagai sumber.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Alma, Destiani. 2016. *Manajemen Pemasaran Bisnis Kuliner*. 8th ed. Alfabeta. Bandung.
- Anonim. 2024. *Pedoman Penyusunan Usulan Penelitian Dan Skripsi Fakultas Ekonomi*. Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Surakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Astuty, Pudji, and Basuki Surodjo. 2023. "The Impact of Digitalization of the Culinary Industry on the Development of Culture in Indonesia." In *Proceedings of the 3rd Multidisciplinary International Conference (MIC 2023)*, October 28, 2023, Jakarta, Indonesia. European Alliance for Innovation (EAI).
- Berman, Barry, and Joel R. Evans. 2016. *Retail Management*. Edited by Lina Salim. Pearson. Jakarta.
2018. *Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition*. 13th ed. Pearson Education Limited. New Jersey.
- Cloete, Stanley Sebastian, and Efigenia Madalena Mario Semente. 2024. "The Influence of Atmospherics on Consumer Decision-Making Among Windhoek Restaurant Customers." *International Journal of Applied Management Sciences and Engineering (IJAMSE)* 11 (1): 1–24.
- Damiati, Luh Masdarini, Made Suriani, Ni Desak Made Sri Adnyawati, Cok Istri Raka Marsiti, Ketut Widiartini, and Made Diah Angendari. 2017. *Perilaku Konsumen*. Rajawali Press. Jakarta.

- Fatmala, Indra Ayu, and Fransisco Aldi Bahari. 2024. "Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Food Court Kota Madiun." *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 7 (2): 263–77.
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. UNDIP Press. Semarang.
- Gloria, Rachel. 2021. "Family Restaurant." *Scribd*. 2021. <https://id.scribd.com/document/494149857/FAMILY-RESTAURANT>.
- Khoirunnisa, Syifa, Elin Herlina, and M Anisul Fata. 2025. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Khas Sunda Sinar Ramadhan Bandung." *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 3 (4): 553–66.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip, and Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. 17th ed. Person Education. Harlow.
- Mardeliana, Cici, and Asminah Rachmi. 2021. "Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Makan Minang Sabana Mojokerto." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 7 (2): 53–56.
- Mowen, John C., and Michael Minor. 2015. *Perilaku Konsumen*. Edited by Lina Salim. Erlangga. Jakarta.
- Mujahidin, Ahmad Faiz, Hartono, dan Yuliasnita Verlandes. 2022. "Pengaruh Menu Diversity, Cafe Atmosphere, dan Worth of Mouth terhadap Purchasing Decision di Cafe Sabin Trawas Mojokerto." *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi (JISMA)* 1 (3): 141–148.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. 2021. *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran*. IDEA Press. Yogyakarta.
- Perkasa, Rendra Pradana, Lucio Ximenes, Muhammad Firdaus, and Amien Pudjanarso. 2021. "Impact of Service Quality, Atmosphere of Store, Price and Word of Mouth on Purchase Decisions in Swiwings, Jember." *MBA: Journal of Management and Business Aplication* 4 (1): 399–406.

- Permatasari, Diah, and Apriyanti Apriyanti. 2022. "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial, Brand Image, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Okui Kopi 2.0 Madiun)." In SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi. Vol. 4.
- Pratiwi, Bela Febriana Nur, and Renny Dwijayanti. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Ruang Temu Kabupaten Tulungagung)." Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) 10 (1): 1501–11.
- Putri, Cindy Andriani, and Umar Arifin. 2023. "Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Podo Tresno Di Jl. Medan-Banda Aceh Pasar 8, 5 Tanjung Beringin Kecamatan Hinai- Langkat." In Seminar Nasional Peningkatan Mutu Pendidikan, 4:5–8.
- Putri, Dias Pratami. 2024. Perilaku Konsumen Di Industri Kuliner. PT Media Penerbit Indonesia. Medan.
- Ramadhiani, Ayu Lintang. 2024. "Kuliner, Tren, Dan Gaya Hidup: Lebih Dari Sekadar Makan." Kumparan. 2024. <https://kumparan.com/ayu-lintang-ramadhiani/kuliner-tren-dan-gaya-hidup-lebih-dari-sekadar-makan-245JLRM7mFU>.
- Setiadi, Nugroho J. 2016. Perilaku Konsumen. Kencana. Jakarta.
- Silvia, Bella, and Laily Muzdalifah. 2022. "Pengaruh Store Atmospheree Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kolam Pancing Dan Warung Lesehan Diqqi Sidoarjo." Jurnal Kompetensi Ilmu Sosial 1 (1): 12– 22.
- Simamora, Bilson. 2016. Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Subagyo, Ahmad. 2024. Marketing In Business. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Sudarsono, Alvia Trisdiana, and Mokh Rum. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Pada Kedai Sehari Sekopi Sidoarjo." Agriscience 2 (2): 408–27.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Andi Publisier. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2016. Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta.

- Sutisna. 2018. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Tiana, Astri, and Ahmad Nurhadi. 2024. "Pengaruh Variasi Menu Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Waroeng Spesial Sambal 'SS' Cabang Jatinangor." *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis 1* (4): 1608–18.
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran*. Andi Publisher. Yogyakarta.
- Utami, Christina Whidya. 2018. *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. 3rd ed. Salembada Empat. Jakarta.
- Utami, Kristina Widya. 2016. *Manajemen Barang Dalam Bisnis Ritel*. Publishing Bayu Media. Malang.
- Warnadi dan Triyono, A. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Deepublish. Yogyakarta.
- Wirjatmadi, and Adriani. 2015. *Pengantar Gizi Masyarakat*. 1st ed. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.