

Pengaruh Produk, Testimoni Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Di  
Kafe Warunk Upnormal Gresik  
Yohanes Dicky Yoeniargo<sup>1</sup>, Sutama Wisnu Dyatmika<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [Yohanesdickyon04@gmail.com](mailto:Yohanesdickyon04@gmail.com)

#### ABSTRAK

Dalam menunjang usaha dalam meningkatkan pembelian pada warunk upnormal di gresik maka perlu dilakukan suatu penelitian mengetahui pengaruh Pengaruh Produk, Testimoni dan Store Atmosphere secara Terhadap Minat Beli Ulang di kafe Warunk Upnormal Gresik. jumlah ada 105 orang. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan oleh manajemen warunk upnormal dalam upaya meningkatkan pendapatn melalui peningkatan pembelian knsumen. Hasil pengujian diperoleh hasil bahwa Produk, Testimoni dan Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Kafe Warunk Upnormal Gresik.

Kata kunci : Produk, Testimoni, Store Atmosphere dan minat beli ulang

#### ABSTRACT

In supporting efforts to increase purchases in gresik warunk up, it is necessary to conduct a study to determine the effect of Product, Testimony and Store Atmosphere Influence on Repurchase Interest in the Wares Upnormal Gresik cafe. there are 105 people. The results of the study are expected to be used by upnormal warunk management in an effort to increase income through increased customer purchases. The test results obtained results that the Product, Testimony and Store Atmosphere have a positive and significant effect on Repurchase Interest in Wares Upnormal Gresik Cafe..

Keywords: Products, Testimonials, Store Atmosphere and repurchase interest.

## Latar Belakang

Saat ini persaingan bisnis semakin berkembang dengan membuat para pelaku usaha harus memutar otak agar usahanya tetap jalan dan bisa berkembang ditengah persaingan. Pelaku usaha yang tidak mempunyai inovasi dan ide-ide yang cemerlang dalam pengembangan usaha akan kalah bersaing dengan pelaku usaha yang selalu melakukan inovasi dalam pengembangan usaha. Ada hal yg mempengaruhi konsumen dalam membeli antara lain produk, testimony dan store atmosphere.

Testimoni menjadi faktor penting sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan minat beli . testimony dari konsumen yang telah melakukan pembelian sangat penting, karena orang lain yang membaca testimony tersebut akan tertarik dan ikut melakukan pembelian.

Store atmosphere menjadi factor penting dalam meningkatkan minat beli ulang oleh konsumen. Suasana toko juga bisa membuat konsumen merasa lebih mempercayai pada produk yang dijual. Ratnasari dkk (2016:43) mengungkapkan apabila pelanggan merasa nyaman dengan suasana toko ditambah dengan kepuasan maka akan memungkinkan meningkatkan minat beli ulang. Jadi dapat disimpulkan bahwa store atmosphere merupakan rancangan lingkungan toko yang dirancang sedemikian rupa guna mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Rancangan toko dibuat sedemikian rupa untuk menarik minat konsumen.

Warunk Upnormal gresik adalah salah satu usaha menyyuguhkan produk berbeda dengan produk lainnya. Banyak inovasi yang dilakukan oleh perintis dari warunk upnormal, sehingga warung upnormal dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Warunk Upnormal menyediakan wifi, mainan seperti

uno dan kartu juga interior desain yang unik. Kenyamanan tempat dan olahan mie instan yang unik sampai harga yang ditawarkan cukup terjangkau.

## Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh produk (X1) terhadap minat beli ulang ?
2. Apakah terdapat pengaruh testimoni (X2) terhadap minat beli ulang?
3. Apakah terdapat pengaruh store stmosphere (X3) terhadap minat beli ulang?
4. Apakah terdapat pengaruh produk, testimoni dan store atmosphere secara simultan terhadap minat beli ulang?

## Landasan Teori

Menurut Philip Kotler (2014:98) mendefinisikan produk sebagai bentuk sebuah produk yang biasanya ditawarkan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Adapun indicator produk adalah :

1. Rasa enak pada makanan
2. Penampilan menarik
3. menggugah selera
4. Tekstur dari makanan yang di sajikan

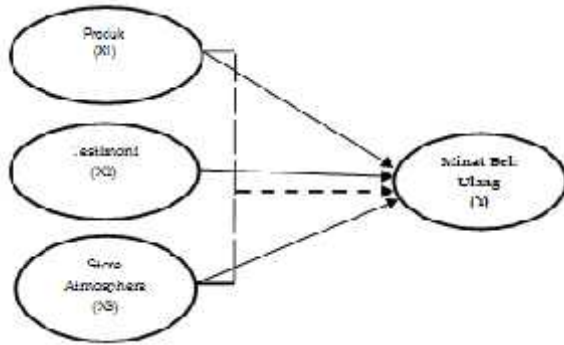
Adapun indikator testimoni yang digunakan :

- a. Pesan dapat dipercaya
- b. Sumber terpercaya
- c. Citra positif
- d. Testimoni berasal dari pelanggan

Adapun indicator store atmosphere :

1. Bagian Luar
2. Bagian dalam
3. Interior Pop Display
4. Store Layout

Kerangka Konseptual



Gambar 1  
Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H<sub>1</sub> : Diduga terdapat pengaruh Produk secara parsial terhadap Minat Beli Ulang
- H<sub>2</sub> : Diduga terdapat pengaruh Testimoni secara parsial terhadap Minat Beli Ulang
- H<sub>3</sub> : Diduga terdapat pengaruh Store Atmosphere secara parsial terhadap Minat Beli Ulang
- H<sub>4</sub> : Diduga terdapat pengaruh Produk, Testimoni dan Store Atmosphere secara simultan terhadap Minat Beli Ulang

Populasi dan Sampel

Populasinya adalah seluruh pengunjung atau konsumen di Kafe Warunk Upnormal Gresik. Adapun sampel berjumlah 105 orang.

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner.

Variable Penelitian

- a. Variable bebas (x)
  - Produk (X1)
  - Testimoni (X2)
  - Store Atmosphere (X3)

- b. Variable terikat (Y)
  - Minat Beli Ulang (Y).

Analisis data dan hasil penelitian

- a. Uji validitas

Tabel 1  
Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Variabel Produk (X1)			
PR.1_1	0.917	0,3	Valid
PR.1_2	0.889	0,3	Valid
PR.2_1	0,9	0,3	Valid
PR.2_2	0.889	0,3	Valid
PR.3_1	0.887	0,3	Valid
PR.3_2	0.901	0,3	Valid
PR.4_1	0.886	0,3	Valid
PR.4_2	0.902	0,3	Valid
Variabel Testimoni (X2)			
TM.1_1	0.916	0,3	Valid
TM.1_2	0.898	0,3	Valid
TM.2_1	0.892	0,3	Valid
TM.2_2	0.919	0,3	Valid
TM.3_1	0.888	0,3	Valid
TM.3_2	0.892	0,3	Valid
TM.4_1	0.884	0,3	Valid
TM.4_2	0,9	0,3	Valid
Variabel Store Atmosphere (X3)			
SA.1_1	0.928	0,3	Valid
SA.1_2	0.884	0,3	Valid
SA.2_1	0.896	0,3	Valid
SA.2_2	0.903	0,3	Valid
SA.3_1	0.904	0,3	Valid
SA.3_2	0.891	0,3	Valid
SA.4_1	0.893	0,3	Valid
SA.4_2	0.913	0,3	Valid
Variabel Minat Beli Ulang			
MB.1_1	0.807	0,3	Valid
MB.1_2	0.892	0,3	Valid
MB.2_1	0.871	0,3	Valid
MB.2_2	0.908	0,3	Valid
MB.3_1	0.908	0,3	Valid
MB.3_2	0.887	0,3	Valid

Sumber: Data Dolar (Output SPSS)

Keseluruhan item di anggap valid karena semua item pada pengujian didapat nilai sig < 0,05.

b. Uji Realibilitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's	Nilai Kritis	Keterangan
	Alpha		
Produk (X <sub>1</sub> )	0,974	0,60	Reliabel
Testimoni (X <sub>2</sub> )	0,975	0,60	Reliabel
Store Atmosphere (X <sub>3</sub> )	0,977	0,60	Reliabel
Minat Beli Ulang (Y)	0,967	0,60	Reliabel

Sumber: Data Dolah (Output SPSS)

Adapun hasil penelitian diperoleh nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha pada variabel produk = 0,974, variabel testimoni = 0,975, variabel store atmosphere = 0,977 dan variabel minat beli ulang = 0,967. Hal ini dinyatakan bahwa semua variabel reliabel, sehingga kuesioner yang dibuat sebagai bahan acuan untuk penelitian dapat diterima responden dengan baik dan layak untuk dilanjutkan sebagai instrument penelitian.

Pengujian Asumsi klasik

a. Uji normalitas

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	0,00E+00
	Std. Deviation	3,97319737
Most Extreme Differences	Absolute	0,084
	Positive	0,06
	Negative	-0,084
Kolmogorov-Smirnov Z		0,86
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,451

Sumber: Lampiran Uji Normalitas, Data Dolah

Dari pengujian didapatkan nilai Asymp.sig = 0,451 > 0,05. Maka data yang dipakai berdistribusi normal..

b. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk (X1)	248	4,033
	Testimoni (X2)	253	3,951
	Store Atmosphere (X3)	370	2,700

Sumber: Lampiran Uji Multikolinieritas, Data Dolah

Dari hasil analisis menggunakan uji multikolinieritas diperoleh nilai VIF variabel produk sebesar 4,033, variabel testimoni sebesar 3,951 dan variabel store atmosphere sebesar 2,700. semua variabel mempunyai nilai VIF < 10.

c. Uji Autokorelasi

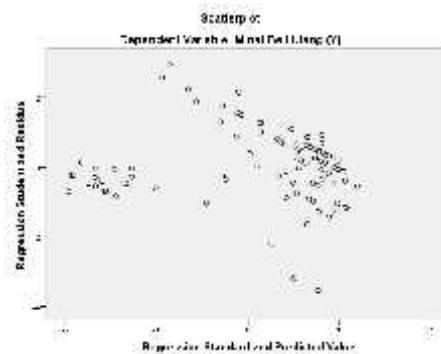
**Tabel 5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	Durbin-Watson
1	1,672 <sup>a</sup>

Sumber: Lampiran Uji Autokorelasi

Dari pengujian didapat nilai DW yang didapatkan sebesar 1,672. Nilai DW berada diantara nilai 1,55 < 1,672 < 2,46. maka dapat di simpulkan bebas dari uji autokorelasi..

d. Uji Heterokeditas



Analisis Regresi Linier berganda

**Tabel 3**  
**Tabel uji regresi linier berganda**

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>	
	B	Std. Error
(Constant)	4.065	1.538
Produk (X1)	.260	.098
1 Testimoni (X2)	.196	.091
Store Atmosphere (X3)	.175	.078

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

Sumber :Lampiran Analisis Regresi Linier Berganda  
 Persamaan Garis Regresi

Berikut ada persamaan regresinya :

$$Y = 4,065 + 0,260 X_1 + 0,196 X_2 + 0,175 X_3 + e$$

Penjelasan :

1. nilai konstanta (a) = 4,065 yang menunjukkan variabel terikat bernilai = 4,065 satuan.
2. Nilai koefisien X1 sebesar 0,260 dan memiliki nilai koefisien positif (+)
3. testimoni (X<sub>2</sub>) didapatkan nilai = 0,196 dan memiliki nilai koefisien positif (+).
4. Variabel store atmosphere (X<sub>3</sub>) didapatkan nilai sebesar 0,175 dan memiliki nilai koefisien positif (+).

Koefisien Korelasi

Adapun pengujian koefisen korelasi dan determinasi diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi dan determinasi**

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 <sup>a</sup>	.603	.591	4.03177

Sumber : Lampiran Output SPSS

Berikut adalah interpretasi tingkat hubungan koefisien korelasi :

Tabel 5	
Interpretasi Koefisien Korelasi	
Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2014:194)

Pada pengujian didapat hasil nilai koefisien korelasi R = 0,776. Yang artinya terdapat hubungan yang kuat.

Koefisien Determinasi

Hasil pengujian didapat nilai (R-Square) = 0,603. Yang artinya terdapat pengaruh sebesar 60,3%..

Pembuktian hipotesis

Pembuktian Hipotesis 1 menggunakan uji-t

**Tabel 6**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Uji-t**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
(Constant)	2.643	.010
Produk (X <sub>1</sub> )	2.664	.009
1 Testimoni (X <sub>2</sub> )	2.157	.033
Store Atmosphere (X <sub>3</sub> )	2.231	.028

Sumber : Lampiran Output SPSS, Uji-t

Berdasarkan uji yang dilakukan didapat nilai variabel produk (X<sub>1</sub>) = 2,664 dan nilai sig sebesar 0,009. Dari hasil tersebut maka hipotesis diterima.

Pengujian Hipotesis 2 menggunakan uji-t

Berdasarkan pengujian yang dilakukan didapat nilai variabel testimoni (X<sub>2</sub>) = 2,157

dan nilai sig = 0,033 ( $0,033 < 0,05$ ). maka hipotesis diterima.

Pengujian hipotesis 3 menggunakan uji-t

Berdasarkan pengujian yang dilakukan didapat nilai variabel store atmosphere ( $X_3$ ) = 2,231 dan nilai sig sebesar 0,028 ( $0,028 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut maka hipotesis diterima.

Pengujian hipotesis 4 menggunakan uji-F

**Tabel 7**  
**Pengujian menggunakan uji-f**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	829.739	51.045	.000 <sup>a</sup>
Residual	16.255		
Total			

Sumber: Lampiran Output SPSS

Berdasarkan dari hasil pengujian yang dilakukan didapat F-hitung =51,045 dan nilai sig sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). maka hipotesis diterima,

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil pengujian hipotesis 1 dapat dinyatakan Hipotesis diterima. Yang artinya Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang di Kafe Warunk Upnormal Gresik. Produk yang baik dan berkualitas pada semua menu yang dijual akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang.

Pada pengujian hipotesis 2 didapat nilai sig < 0,05. maka dinyatakan Hipotesis diterima. Yang artinya testimoni berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang di Kafe Warunk Upnormal Gresik. Pengaruh testimoni terhadap minat beli ulang bernilai positif, berate setiap adanya testimoni, maka nilai minat beli ulang meningkat. Dengan adanya testimoni melalui media social yang baik akan membuat konsumen tertarik dan dapat melakukan pembelian lagi.

Pada uji hipotesis 3 didapatkan nilai sig sebesar < 0,05. maka Hipotesis diterima. Penaata warung yang rapi, nyaman dan bersih akan meningkatkan Minat Beli Ulang konsumen di Kafe Warunk Upnormal Gresik. Warung upnormal mendesain tempat usahannya dengan baik dan membuat konsumen betah ketika melakukan pembelian.

Pengujian hipotesis 4 didapat nilai sig < 0,05. Uji secara bersama-sama dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Produk, Testimoni dan Store Atmosphere secara simultan, dengan adanya produk yang berkualitas yang ditunjang oleh testimony produk dan disuport dengan penataan tempat usaha yang nyaman, maka konsumen akan tertarik untuk kembali melakukan pembelian.

Simpulan

1. Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Kafe Warunk Upnormal Gresik
2. Terdapat pengaruh Testimoni terhadap Minat Beli Ulang di Kafe Warunk Upnormal Gresik..
3. Terdapat pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Ulang di Kafe Warunk Upnormal Gresik..
4. secara simultan ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Kafe Warunk Upnormal Gresik..

Implikasi

Implikasi yang didapat dari penelitian ini adalah peningkatan kualitas produk yang dijual termasuk bahan baku dari produk yang akan dijual harus berkualitas, disamping itu penntingnya testimony dari pelanggan yang telah melakukan pembelian serata penataan tempat pakan pada warunk up normal. Dari ketiga impikasi tersebut akan

membuat warunk up normal semalkin  
berkjembang

#### Keterbatasan Penelitian

Peneliti mengalami keterbatasan dalam pengambilan kuisisioner dikarenakan banyak faktor yang tidak boleh diketahui peneliti dan hanya faktor-faktor tertentu saja.

#### Daftar Rujukan

- Philip Kotler , 2014, Manajemen Pemasaran, Jakarta : Erlangga Jilid 2.
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2016 .  
Manajemen Pemasaran Jasa. Penerbit:  
Ghalia Indonesia
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, P dan Durianto. 2014.  
Manajemen Pemasaran. Jakarta :  
Erlangga