

**PENGARUH KREATIVITAS DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN PADA CAFE WISATA KAPAL JODOH  
PAMEKASAN MADURA**

**Mahmud**

Program Studi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
[alonk.kaodachi@gmail.com](mailto:alonk.kaodachi@gmail.com)

**Awin Mulyati**

Program Studi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

**Rachmawati Novaria**

Program Studi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

**ABSTRACT**

The development of the business world in Indonesia is increasing over time, as evidenced by the increasing number of companies including café businesses such as the business at the Match Boat Tour cafe that is established and engaged in the culinary business, entrepreneurs are required to be able to think creatively about how to present a variety of places that are different from the ones that are used. others such as the many choices of other cafe places and how to determine the Store Atmosphere that will be used by consumers to get a good place according to the conditions that have been set. More and more competition in the business sector makes companies have to pay attention to what influences buying interest. With the aim that consumers become loyal to the company and provide benefits with better profits for the company. This researcher uses quantitative methods with survey research using questionnaires as the instrument. The population in this study were consumers who had been to the Pamekasan Madura Boat Tour Cafe. The sample of this study used a non-probabilty method (non-random sampling) using a purposive sampling technique with a total of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple regression analysis. The results of this study indicate that all independent variables, namely store atmosphere and price, have a positive influence on the dependent variable, namely customer satisfaction.

**Keywords:** *creativity, Store Atmosphere and Buying Interest*

**A. PENDAHULUAN**

Bisnis merupakan aktivitas yang dikerjakan oleh suatu individu atau kelompok untuk mencari keuntungan atau nilai tambah, ada berbagai macam

bisnis yang mempunyai peluang bagus dewasa ini salah satunya adalah bisnis pariwisata, semakin majunya peradaban dan kesibukan ditambah dengan tingginya mobilitas aktivitas masyarakat membuat kebutuhan akan wisata juga semakin meningkat baik masyarakat perkotaan ataupun pedesaan. Aktivitas wisata yang dilakukan oleh masyarakat biasanya dengan bersantai makan, bercengkrama, swafoto dan aktivitas santai lainnya.

Sudah bukan rahasia lagi apabila Indonesia menjadi salah satu surga pariwisata dunia terutama wisata alam, setiap tahun jutaan wisatawan lokal dan wisatawan manca negara menikmati beraneka ragam pariwisata yang ada di Indonesia. Berdasarkan laporan kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2018, kontribusi sektor pariwisata terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) mencapai 5,25 % atau sebesar Rp. 229,5 Triliun dan menyerap tenaga kerja 12,7 juta orang atau sekitar 10 % dari total penduduk Indonesia yang bekerja meskipun disisi lain banyak pekerjaan rumah yang harus dibenahi dalam pengembangan sektor pariwisata yang ada di Indonesia seperti pengembangan dari sisi infrastruktur, akomodasi, transportasi dan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya.

Pulau Madura selain terkenal dengan pulau garam juga terkenal dengan wisata pantainya yang melimpah, hampir di 4 kabupaten yang ada di pulau Madura terdapat wisata pantai yang juga dipadukan dengan wisata kuliner dimana antara satu tempat wisata dan tempat wisata lainnya menawarkan konsep wisata yang berbeda-beda tak terkecuali juga di Kabupaten Pamekasan, di kabupaten yang terletak ditengah-tengah pulau Madura ini terdapat satu tempat wisata yang bernama Café Kapal Jodoh, dari namanya memang sudah unik, Café Kapal Jodoh ini terletak di jalan Raya Tamberu, Batu Bintang Kabupaten Pamekasan.

Café Kapal Jodoh yang berdiri sejak tahun 2018 ini sangat menarik perhatian, setiap hari banyak didatangi oleh pengunjung baik pengunjung dari sekitar Kabupaten pamekasan dan dari Kabupaten lain di pulau Madura karena aksesnya yang mudah, dinamakan Café Kapal Jodoh karena memang bentuk cafénya seperti kapal dan bersandar di tepi pantai utara Kabupaten Pamekasan membuat masyarakat yang berkunjung serasa sedang berlayar diatas kapal ditambah dengan menu makanan dan minuman yang lengkap seperti aneka Jus, kopi, cemilan, *seafood* dan harganya yang relatif terjangkau mulai dari Rp 10.000 sampai dengan Rp 30.000, hanya dengan memesan salah satu menu pengunjung sudah bisa menikmati pesona keindahan pantai Madura dari atas kapal dan beberapa spot foto yang *instagramable* menambah daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk datang.

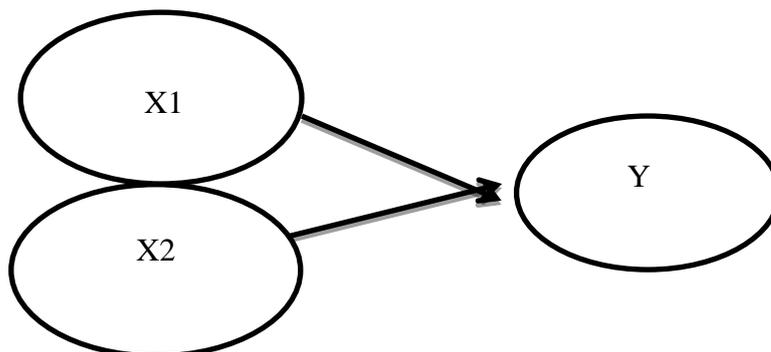
Menurut (Supriadi, 2001:7) Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya lalu menurut Zimmere & Scarborough (2004) mengatakan Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide baru, dengan mengkombinasikan dan mengubah ide yang sudah ada kemudian diproses melalui beberapa tanggapan sehingga menghasilkan produk atau jasa yang Kreatif, di Pulau Madura terdapat banyak tempat wisata utamanya wisata yang mempunyai konsep pantai namun Café Kapal Jodoh mampu hadir dengan konsep yang berbeda daripada yang lainnya, dengan nama

café dan konsep yang unik membuat café kapal jodoh mendapatkan tempat tersendiri dihati masyarakat Madura dan juga menjadi Café dengan konsep wisata kapal pertama yang hadir di pulau Madura.

Selain itu juga *Store Atmosphere* bisa menjadi alternatif untuk membedakan tempat yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama. *Store Atmosphere* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. Hal seperti yang dikemukakan oleh Levy dan Weitz (2001:556) “Customer purchasing behavior is also influenced by the *Store Atmosphere*.” Suasana di pantai di café Kapal Jodoh yang sangat nyaman dengan desiran ombak ditambah suasana matahari tenggelam membuat siapapun berminat mengunjungi café Kapal Jodoh sekedar untuk bersantai dan melepas penat.

Berdasarkan latar belakang masalah itulah maka penulis ingin mencoba melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kreativitas dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Café Wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura).”

## **B. KERANGKA BERPIKIR**



### **Hipotesis**

- H1 : Ada pengaruh yang signifikan antara Kreativitas terhadap Minat Beli Konsumen di Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura
- H2 : Ada pengaruh yang signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen di Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura
- H3 : Ada pengaruh yang signifikan antara Kreativitas dan *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen di Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura.

## **C. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah bersifat lapangan dan menggunakan media kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Jenis penelitian ini adalah menggunakan kuantitatif. Penelitian mengenai Pengaruh Kreativitas dan *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen pada Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura ini dilaksanakan dengan menggunakan metode non-probability sampling (pengambilan sampel secara tidak acak).

**D. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

**Uji Asumsi Klasik**

Hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa pada gambar P-Plot diketahui titik - titik mengikuti dan mendekati grafik diagonal yang dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolonieritas nilai tolerance Variabel Kreativitas (X1) = 0,706, Variabel Store Atmosphere (X2) = 0,706 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas karena setiap variabel mempunyai nilai tolerance < 0,10 dan nilai VIF < 10.

Hasil dari uji heteroskedastisitas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Kemudian hasil dari Uji Autokorelasi bahwa bahwa tidak ada autokerasi positif atau negatif atau bisa disimpulkan bahwa tidak tidapat autokorelasi.

**Analisis Data**

**Coefficients<sup>a</sup>**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.012	.284		3.558	.001
KREATIVITAS	.544	.067	.566	8.099	.000
STORE ATMOSPHERE	.222	.043	.365	5.216	.000

**Uji Regresi Linier Berganda**

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 1.012 + 0,544X_1 + 0,222X_2$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi perubahan pada Kreativitas dan Store Atmosphere akan berpengaruh terhadap minat beli.

**Uji T (Parsial)**

Penelitian ini nilai df = 100 – 2 = 98, dengan nilai signifikan (α) 5% diketahui nilai t sebesar 1.661.

Hasil nilai uji t hitung variable Kreatifitas diperoleh angka sebesar 8.099 dimana t hitung > t tabel ( 8.099 > 1.661), dengan tingkat signifikan (0.00 < 0.05) maka hypotesa pertama diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara Kreativitas terhadap Minat Beli Konsumen di Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Selanjutnya. Sedangkan untuk Variabel Store Atmosphere diperoleh angka 5.216 dimana t hitung > t tabel ( 5.216 > 1.660 ) dengan tingkat signifikan (0.00 < 0.05) maka hypotesa kedua diterima yang artinya Ada pengaruh yang signifikan antara Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen di Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura.

### Uji F (Simultan)

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	10.240	2	5.120	73.303	.000 <sup>a</sup>
Residual	6.496	93	.070		
Total	16.736	95			

a. Predictors: (Constant), STORE\_ATMOSPHERE\_X2, KREATIVITAS\_X1

b. Dependent Variable: MINAT\_BELI\_Y

Hasil Nilai F hitung sebesar 73.303 > F tabel sebesar 3.09 dan signifikan sebesar 0.000 . maka dapat di simpulkan bahwa hypotesa ke tiga di terima yang artinya Ada pengaruh yang signifikan antara Kreativitas dan Store Atmosfir terhadap Minat Beli Konsumen di Café Wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura.

### Koefisien Korelasi Berganda (R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 <sup>a</sup>	.612	.604	.26429

a. Predictors: (Constant), STORE\_ATMOSPHERE\_X2, KREATIVITAS\_X1

Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan regresi linier berganda hasil pada table model summary yang menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0.782. maka berdasarakan tabel 4.18 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa korelasi atau hubungan yang kuat antara variable Kreatifitas, Store Atmosphere dengan variable Minat beli Konsumen di Kapal Jodoh Pamekasan Madura

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0.612 hal ini menunjukkan bahwa Minat Beli Konsumen di Kapal Jodoh Pamekasan Madura dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Store Atmosphere sebesar 61.2% sedangkan sisanya sebesar 38.8 % dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya variabel harga, promosi, dan keragaman produk dan sebagainya.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kreativitas terhadap Minat Beli Konsumen

Dari hasil uji t menunjukkan variable Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Kapal Jodoh Pamekasan Madura. Ini artinya hypotesa pertama yang diajukan penulis diterima. Jika kafe ini memaksimalkan kreativeitasnya secara terus-menerus maka akan mendorong minat seseorang untuk membeli di Café Kapal Jodoh Pamekasan Madura.

Kreativitas yang dikatakan baik dan berkualitas apabila memiliki ciri-ciri tersendiri yang hanya dimiliki oleh Café Kapal Jodoh Madura. Ini menggambarkan bahwa Café Wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura mampu menciptakan sajian tempat dan makanan yang berkualitas tinggi dan menarik, mampu menciptakan kombinasi antara desain tempat dan suasana pantai dan Café Wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura mampu mengadaptasi ide-ide kreatif sehingga menciptakan Café dengan desain yang unik Selain itu Café Kapal Jodoh Madura selalu meluncurkan kreativitas-kreativitasnya terhadap menu dan sajian

tempat yang sesuai perkembangan jaman tanpa meninggalkan ciri tersendiri dari Madura dibandingkan dengan café cafe dari Madura lainnya hal ini tentu semakin membuat daya tarik tersendiri konsumen untuk selalu memutuskan pembelian di Café Kapal Jodoh Pamekasan Madura.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ayu Azhari (2019) dengan judul Pengaruh Kreativitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Kaos NEVADA (Study Kasus di Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya) mengatakan bahwa variable Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen.

#### **Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen**

Hasil dari uji t menunjukkan variable Store Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Kapal Jodoh Pamekasan Madura. Ini artinya hypotesa kedua yang diajukan penulis diterima. Jika Store Atmosphere terus diperbaiki maka akan mendorong minat beli konsumen di Café Kapal Jodoh Pamekasan Madura. Kondisi ini menggambarkan bahwa Exterior/ Bagian luar Café Wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura terlihat unik dan menarik, General Interior/ bagian dalam pencahayaan di Cafe Wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura cukup baik dan ditata dengan rapi sehingga mencerminkan keserasian dan keindahan dan Store Layout/ tata letak penataan barang di Café Wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura telah memudahkan untuk memilih produk yang di inginkan.

Untuk meningkatkan Store Atmosphere maka Café Kapal Jodoh Pamekasan Madura harus meningkatkan beberapa faktor yaitu, menu dan desain tempat dapat ditingkatkan dengan cara dibuat menarik dan unik, selanjutnya yaitu Cafe Kapal Jodoh Pamekasan Madura sudah dikenal yang sangat menginspirasi maka produsen harus menambah keunikan desain ruangan dan menu yang lebih unik dan khas agar selalu menarik perhatian konsumen. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Fitriani (2018) dengan judul Pengaruh Store Atmosphere Cafeteria, Variasi Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli yang mengatakan bahwa hasil variabel Store Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

#### **Pengaruh Kreativitas dan Store Atmosfire terhadap Minat beli konsumen.**

Dari uji F nampak bahwa, Kreatifitas dan Store Atmosphere secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen Café Kapal Jodoh Pamekasan Madura. Selanjutnya dari Uji R2 model di pengaruhi oleh kedua variabel ini sebesar 61.2% sedangkan sisanya sebesar 38.8 % dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya variabel harga, promosi, dan keragaman produk dan sebagainya. Selanjutnya dari uji t, nampak bahwa dari keduanya, yang dominan mempengaruhi Minat Beli konsumen Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura adalah variable Kreativitas .

#### **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis mengenai kreativitas dan store atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen di Café wisata Kapal Jodoh

Pamekasan Madura, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kreativitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura.
2. Store atmosphere mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura
3. Kreativitas dan Store Atmosphere secara simultan /bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura. Jadi dapat disimpulkan bahwa, jika Kreativitas dan Store Atmosphere ditingkatkan maka Minat Beli juga akan meningkat.

### **Rekomendasi**

Dalam penelitian ini, penulis juga memberikan saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap penelitian ini antara lain:

1. Bagi Café wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura

Terkait variabel Kreatifitas, sebaiknya manajemen café harus lebih meningkatkan Kreatifitas, salah satunya dengan menciptakan sajian makanan/minuman yang unik dan berbeda dengan café lain, memberikan nama yang unik dan menarik bagi menu makanan dan minumannya serta menambah variasi menu makanan/ minuman berkualitas tinggi sehingga konsumen lebih leluasa untuk memilih sajian makan yang tersedia.

Terkait variabel Store Atmosphere maka untuk meningkatkan minat beli di Café Wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura maka manajemen Café harus selalu menata ruang dalam café, membuat paduan warna indah yang membuat pengunjung nyaman, serta penataan tampilan luar yang menarik sehingga dapat menimbulkan minat untuk berkunjung. Selain itu, manajemen café juga harus menambah spot foto untuk menarik pengunjung khususnya anak muda berselfi ria di café Wisata Kapal Jodoh Pamekasan Madura.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu memperluas dan mengembangkan kajian penelitian sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor lain apa yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen. Misalkan dengan menambahkan variable lokasi, Brand Image dan lain sebagainya yang tidak dianalisa dalam penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azhari, Ayu (2020) *Pengaruh Kreativitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli kaos Nevada (Study kasus di Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya)*. Undergraduate thesis, Untag 1945 Surabaya
- Bambang Sarjono. (2010). *Kreativitas Guru Pendidikan Jasmani dalam Memodifikasi Sarana dan Prasarana Pembelajaran di Sekolah Dasar Negeri se-Kecamatan Poncowarno*. Skripsi. Yogyakarta: FIK UNY
- Basu Swastha dan Irawan, (2005), *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta
- Berman dan Evans, (2010). "Retail Management". 12 th. Edition. Jakarta; Pearson.
- Berman dan Evans, (2013). "Retail Management". 12th Edition. Jakarta; Pearson
- Charles Lamb, W.*et.al.* (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta

- Dismawan, Rangga. (2013). Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kue Soes Pada Toko Kue Soes Merdeka Di Jl. Merdeka No.25. Bandung
- Elizabeth B. Hurlock. (2004). Psikologi Perkembangan. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama
- Fitriyani, Liza (2018) *Pengaruh Store Atmosphere Cafeteria, Variasi produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsume (Kasus Pada Food Coma Daily Cafeteria)*. Undergraduate thesis, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
- Gavriel Salvendy, (2006). Consumer-Based Assessment of Product Creativity: A Review and Reappraisal. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, Vol. 16 (2) 155–175 (2006)
- Guilford, J.P. (1999). Traits of Creativity, dalam h.h Anderson (Ed) *Creativity and Its Cultivation*. John Wiley, New York
- Jaya et al., (2020) Pengaruh Brand Equity, Brand Image Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Dinamika Administrasi Bisnis*. Vol 6, No 1 (2020)
- Karyatie, Nindya (2016) *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN GIANT EKSTRA KENTEN PALEMBANG. [SKRIPSI]*. Diploma thesis, UIN RADEN FATAH PALEMBANG
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi. Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Levy, (2001). *Retailing Management*, 4th edition. New York: Mc. GrawHill,
- Mardhikasari Theresia Esti, Esti (2013) *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI TOKO, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA)*. S1 thesis, Fakultas Ekonomi.
- Munandar, Utami. (2006). *Kretifitas dan Keberbakatan, Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif dan Bakat*: Jakarta: Gramedia
- Resti Meldarianda (2010) Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2010, Hal. 97 – 108 Vol. 17, No. 2 ISSN: 1412-3126
- Rian Indranopa (2020) Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS* | e-ISSN : 2715-9361 | Vol. 2 No. 2
- Rika Devi Kurniasari (2018) Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Produk Kerajinan Eceng Gondok “AKAR”). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*
- Supriadi, D. (2001). *Kreativitas, Kebudayaan & Perkembangan IPTEK*. Bandung: Alfabeta