

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warkop Sri Pandita

Aprilia Suci Ashari¹, Nuslih Jamiat²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, apriliasuci@student.telkomuniversiti.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, nuslihamiat@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study aims to determine how the influence of Physical Evidence on consumer purchasing decisions at Warkop Sri Pandita. This research uses quantitative research with descriptive research type and sampling using Non Probability Sampling technique using Purposive Sampling method with a total of 100 respondents of Warkop Sri Pandita consumers. With simple linear regression data analysis techniques using IBM SPSS Statistics 25 software. The results of partial testing (t test) the Physical Evidence variable has a significant effect with a Thitung of 8.024 > Ttable 1988 and a significance level of 0.000 < 0.05. Based on the coefficient of determination that Physical Evidence has an influence on purchasing decisions by 39.6%, while the remaining 60.4% is influenced by other variables not examined.

Keywords-physical evidence, purchase decision, consumer

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Physical Evidence terhadap keputusan pembelian konsumen pada Warkop Sri Pandita. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan pengambilan sampel menggunakan teknik Non Probability Sampling dengan menggunakan metode Purposive Sampling dengan jumlah 100 responden konsumen Warkop Sri Pandita. Dengan teknik analisis data regresi linier sederhana menggunakan Software IBM SPSS Statistics 25. Hasil pengujian secara parsial (uji t) variabel Physical Evidence berpengaruh secara signifikan dengan Thitung sebesar 8,024 > Ttabel 1988 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Berdasarkan koefisien determinasi bahwa Physical Evidence mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 39,6%, sedangkan sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci-physical evidence, keputusan pembelian, konsumen

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Bandung adalah sebuah kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Pada dasarnya industri kuliner di Kabupaten Bandung saat ini sedang mengalami peningkatan yang sangat pesat sebesar 7,80% (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung, 2024). Salah satu usaha bisnis yang mengalami kenaikan sebesar 15% dari tahun ketahunnya adalah Warkop, hal ini yang menjadikan Warkop menjamur di Kabupaten Bandung. Warkop adalah sebuah tempat yang mempunyai banyak peminat dari berbagai kalangan. Salah satu usaha warkop yang berdiri disaat persaingan bisnis yang ketat adalah Warkop Sri Pandita. Warkop Sri Pandita dapat terus bertahan karena Warkop Sri Pandita merupakan warkop modern yang sudah melakukan banyak inovasi dalam layanan dan varian menu pada produk yang disediakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pangan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Wardana selaku pemilik dari Warkop Sri Pandita mengatakan bahwa Warkop Sri Pandita mengalami penurunan pendapatan dalam dua tahun terakhir. Pemilik menyampaikan penurunan tersebut terjadi dikarenakan banyaknya pesaing serupa dan persaingan pasar yang semakin kuat. Berikut merupakan data pendapatan pada Warkop Sri Pandita selama dua tahun.

Tabel 1.1 Data Hasil Pendapatan Warkop Sri Pandita Tahun 2022 dan 2023

No.	Pendapatan	Tahun		Persentase Naik /Turun
		2022	2023	
1.	Hasil Pendapatan	492.750.000	383.250.000	- 22%

Sumber : Data Olahan Peneliti (2023)

Dengan adanya fenomena penurunan pendapatan yang terjadi pada Warkop Sri Pandita selama dua tahun terakhir, hal ini menunjukkan adanya penurunan keputusan pembelian pada Warkop Sri Pandita. Dengan adanya fenomena tersebut diperlukan penelitian lebih lanjut pada Warkop Sri Pandita. Untuk mengetahui masalah yang sedang terjadi terkait menurunnya pendapatan pada Warkop Sri Pandita, penulis melakukan pra-survei kepada konsumen Warkop Sri Pandita menggunakan teori Bauran Pemasaran. Hasil dari pra-survei ini dikirim melalui google form ke 30 konsumen Warkop Sri Pandita sebagai berikut :

Tabel 1.2 Hasil Pra-Survey Teori Bauran Pemasaran

NO	VARIABEL	PERTANYAAN	JAWABAN	
			SETUJU	TIDAK SETUJU
1	Product	Cita rasa yang berikan Warkop Sri Pandita (Warting) terasa lezat atau sesuai dengan yang diharapkan	93,5%	6,5%
		Tingkat kematangan yang pas (tidak overcooked) untuk setiap menu yang disajikan Warkop Sri Pandita (Warting)	87,1%	12,9%
		Warkop Sri Pandita (Warting) dapat mempertahankan kualitas rasa dengan baik	87,1%	12,9%
2.	Price	Harga yang berikan terjangkau untuk setiap menu yang disediakan	96,8%	3,2%
		Harga Warkop Sri Pandita (Warting) sesuai dengan kualitas yang diberikan	93,5%	6,5%
3.	Place	Lokasi Warkop Sri Pandita (Warting) yang mudah untuk ditemukan	100%	0%
4.	Process	Hidangan atau pesanan Warkop Sri Pandita (Warting) CEPAT untuk disajikan/di antar ke alamat tujuan	77,4%	22,6%
		Pelayanan Warkop Sri Pandita (Warting) selalu menjaga kebersihan dengan baik	90,3%	9,7%
		Memberikan pelayanan atau respon yang cepat tanggap saat adanya keluhan	80,6%	19,4%
5.	People	Staff Warkop Sri Pandita (Warting) memberikan pelayanan yang ramah dan sopan	93,5%	6,5%

6.	Physical Evidence	Fasilitas yang berikan oleh Warkop Sri Pandita (Warting) sudah tercukupi	54,8%	45,2%
		Lahan parkir yang disediakan oleh Warkop Sri Pandita (Warting) sudah memadai	25,8%	74,2%
7.	Promosi	Promosi yang dilakukan oleh Warkop Sri Pandita sudah jelas dan mudah dipahami	87,1%	12,9%
		Warkop Sri Pandita memberikan promosi yang menarik dengan memberikan gratis ongkir	100%	0%
Sumber : Data Olahan Peneliti (2023)				

Berdasarkan hasil dari pra-survey yang telah di isi oleh 30 responden menunjukan bahwa Physical Evidence memiliki nilai responden yang paling rendah, yang dimana konsumen Warkop Sri Pandita tidak setuju pada lahan parkir yang disediakan oleh Warkop Sri Pandita sudah memadai sebesar 74,2%. Kemudian peneliti melakukan pra-survey terkait physical evidence kepada 30 konsumen Warkop Sri Pandita untuk membuktikan pengaruh physical evidence terhadap keputusan pembelian pada Warkop Sri Pandita, yaitu :

Tabel 1.3 Hasil Pra-Survey Physical Evidence

Variabel	PERTANYAAN	JAWABAN	
		SETUJU	TIDAK SETUJU
Physical Evidence	Saya merasa desain yang diberikan oleh Warkop Sri Pandita menarik	36,7%	63,3%
	Saya merasa tata letak interior seperti kursi dan meja pada Warkop Sri Pandita sudah tertata dengan baik	40%	60%
	Saya merasa pencahayaan pada Warkop Sri Pandita sudah memadai	43,3%	56,7%
	Saya merasa fasilitas lahan parkir pada Warkop Sri Pandita sudah memadai	6,7%	93,3%

Sumber : Data Olahan Peneliti (2023)

Dengan permasalahan yang telah terjadi pada hasil pra survey tersebut terdapat permasalahan terkait physical evidence yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warkop Sri Pandita. Karena pengalaman konsumen tidak hanya diciptakan dengan kualitas rasa yang diberikan saja, namun juga dengan melihat bukti fisik atau physical evidence yang disediakan (Balqis Anggraini & Saino, 2022).

Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa bahan referensi yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya untuk mempermudah penelitian yang sedang dilakukan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang sudah diteliti oleh Fenny May Sara, Caria Ningsih, dan Rini Andari yang berjudul “Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung” menunjukan bahwa adanya pengaruh antara physical evidence terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selanjutnya, penelitian sebelumnya yang telah di teliti oleh Alfiyatur Rahmah yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rooftop Coffee Bandung” menunjukan bahwa harga serta physical evidence secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Dengan adanya hasil pra-survey dan research gap yang telah dilakukan sehingga ditemukannya permasalahan pada physical evidence yang terjadi pada Warkop Sri Pandita, maka permasalahan ini layak untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan hasil pemaparan latar belakang tersebut penulis akan mengangkat penelitian ini dengan judul “PENGARUH PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA WARKOP SRI PANDITA”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah di jabarkan oleh penulis, maka identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Physical Evidence pada Warkop Sri Pandita ?
2. Bagaimana Keputusan pembelian pada Warkop Sri Pandita ?
3. Bagaimana pengaruh Physical Evidence kepada keputusan pembelian konsumen Warkop Sri Pandita ?

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Landasan Teori

1. Teori Pemasaran

Menurut Kotler & Armstrong (2006 :6), pemasaran adalah kegiatan dan sudah dirancang yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan tujuan membuat produk untuk mendapatkan harga yang sudah ditentukan ke pada pihak lain

2. Teori Bauran Pemasaran

Menurut Kotler & Armstrong (2012 : 75) bauran pemasaran adalah “marketing mix is good marketing tool is a set of products, pricing, promotion, distribution, combined to produce the desired response of the target market” yang artinya adalah bauran pemasaran yang baik meliputi produk, harga, promosi, distribusi yang digabungkan untuk mendapatkan respon yang di inginkan dari target pasar. Sejumlah modifikasi pada kerangka kerja 4P telah di modifikasi dan di perluas untuk menambahkan *people*, *physical evidence*, dan *process*. Sehingga menjadi 7P (Zethaml et al., 2018 : 26)

3. Teori Physical Evidence

Menurut Zethaml et al. (2018 : 283) fisik memiliki elemen yang meliputi bukti fisik organisasi (*serviscape*) dan bentuk-bentuk komunikasi lainnya.

a. Serviscape

Serviscape adalah gaya dan bentuk lingkungan fisik, yang terdiri dari elemen eksternal seperti eksterior fasilitas jasa, desain eksterior, tempat parkir, lingkungan sekitar, fasilitas interior, dan peralatan.

b. Other Tangibles

Other Tangibles adalah aspek lain selain fasilitas serviscape, yang terdiri dari elemen internal seperti kartu nama, alat tulis, laporan, seragam, brosur, situs internet.

Tabel 2.1 Elemen-Elemen Physical Evidence

Serviscape	Komunikasi Fisik Lainnya (Other Tangibles)
Eksterior Fasilitas Jasa	Kartu Nama
Desain Eksterior	Alat Tulis
Tempat Parkir	Laporan
Lingkungan Sekitar	Seragam
Fasilitas Interior	Brosur
Peralatan	Situs Internet

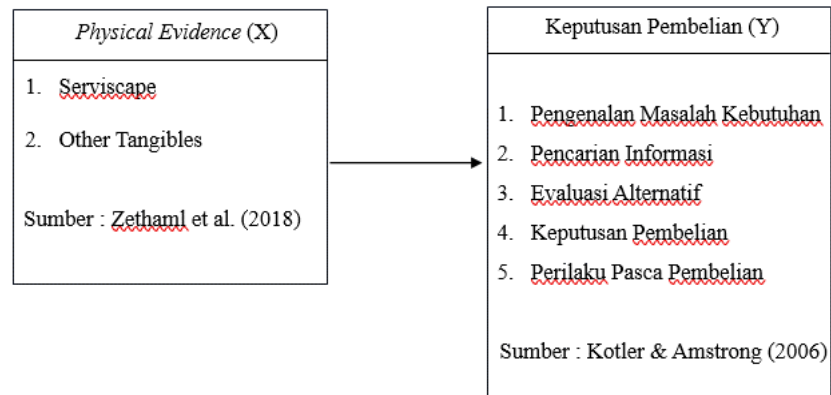
Sumber : Data Olahan Pribadi (2023)

4. Teori Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2006 : 179) proses keputusan pembelian terdiri dari beberapa indikator, yaitu pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

B. Kerangka Pemikiran

Berikut merupakan kerangka pemikiran berdasarkan teori physical evidence menurut Zethaml et al. (2018 : 282) dan teori keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2006 : 179).



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber : Data Olahan Peneliti (2023)

C. Hipotesis Penelitian

Menurut Siregar (2013 : 38) hipotesis merupakan dugaan sementara yang masih lemah kebenarannya, sehingga harus di uji kebenarannya. Hal ini dianggap bersifat sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan dan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan dari kerangka penelitian diatas, hipotesis yang akan diajukan dan dibuktikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variable Physical terhadap keputusan pembelian

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variable Physical terhadap keputusan pembelian

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Hafni Sahir (2021 : 13) adalah penelitian dengan alat untuk olah data menggunakan statistik, oleh karena itu data yang diperoleh dan hasil yang didapatkan berupa angka. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Hikmawati (2020 : 88) adalah penelitian dengan mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala yang sedang terjadi pada saat penelitian dilakukan kemudian mengelompokkan data berdasarkan variable. Pada penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independent dalam penelitian ini adalah Physical Evidence (X) dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua macam sumber data yaitu data primer berupa observasi secara langsung serta kusioner, dan data sekunder berupa jurnal dan artikel internasional maupun nasional, buku teori, skripsi maupun penelitian terdahulu yang relevan untuk menunjang penelitian yang sedang dilakukan. Dengan populasi yang digunakan adalah masyarakat Bandung yang pernah berkunjung dan membeli makanan serta minuman pada Warkop Sri Pandita dan pengumpulan sampel menggunakan perhitungan Bernoulli sehingga populasi yang didapatkan adalah 96,04 maka jika dibulatkan menjadi 100 responden dengan skala perhitungan yang digunakan adalah skala likert. Skala likert menurut Siregar (2013 : 25) adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert

Skala Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2

Sangat Tidak Setuju	1
---------------------	---

Sumber : Data Olahan Pribadi (2023)

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Non Probability Sampling dengan menggunakan metode Purposive Sampling. Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif menurut Sugiono (2013 : 147) adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data yang telah didapatkan kemudian diolah menggunakan data IBM SPSS Statistics 25 untuk menguji normalitas, uji Heterokedastisitas, uji regresi linear sederhana, uji hipotesis (t), dan koefisien determinasi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Physical Evidence kepada keputusan pembelian konsumen Warkop Sri Pandita maka dilakukan uji normalitas, uji Heterokedastisitas, uji regresi linear sederhana, uji hipotesis (t), dan koefisien determinasi. Berikut merupakan hasil uji normalitas yang telah dilakukan yaitu :

Tabel 4.1 Tabel Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov		
Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5418.486107
Most Extreme Difference	Absolute	.079
	Positive	.042
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.125 ^c

Sumber : Data Olahan Pribadi (2024)

Berdasarkan tabel diatas hasil dari uji normalitas Kolmogorov- Smirnov diketahui nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,125. Sehingga dapat dikatakan data yang diperoleh dalam penelitian ini berdistribusi Normal. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi pada data penelitian ini sebesar $0,125 > 0,05$. Selanjutnya uji heterokedastisitas sebagai berikut :

Tabel 4.2 uji heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig
Model	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant)	3614.590	1731.283		2.008	.039
Physical Evidence	.025	.068	.037	.367	.714

Sumber : Data Olahan Pribadi (2024)

Berdasarkan tabel diatas hasil dari uji Heterokedastisitas dengan uji glejser diketahui nilai signifikan pada variabel Physical Evidence sebesar 0,714, Sehingga dapat dikatakan data yang diperoleh dalam penelitian tidak mengandung

Heterokedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi pada variabel Physical Evidence sebesar $0,714 > 0,05$. Kemudian uji yang dilakukan adalah uji Regresi Linear Sederhana, sebagai berikut :

Tabel 4.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20763.034	2803.427		7.406	.000
	Physical Evidence	.881	.110	.630	8.024	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan Pribadi (2024)

Berdasarkan pada tabel diatas hasil yang didapatkan untuk uji regresi linear sederhana, sebagai berikut : $Y = 20763,034 + 0,881X$. Nilai konstanta menunjukan nilai sebesar 20763,034, artinya jika tidak terjadi perubahan nilai nol (0) pada variabel Physical Evidence maka nilai variabel pada keputusan pembelian tetap sama yaitu sebesar 20763,034. Nilai koefisien regresi pada variabel Physical Evidence adalah 0,881 bernilai positif, sehingga jika physical evidence mengalami kenaikan 1 nilai, maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,881. Selanjutnya terdapat uji hipotesis secara parsial (t) yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.4 Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20763.034	2803.427		7.406	.000
	Physical Evidence	.881	.110	.630	8.024	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan Pribadi (2024)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, maka hasil uji T yang didapatkan adalah Variabel Physical Evidence (X) memiliki T_{hitung} sebesar $8,024 > T_{tabel}$ 1988 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan pada Variabel *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Sri Pandita. Selanjutnya terdapat koefisien determinasi untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.5 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.396	.390	5446.061

a. Predictors: (Constant), Physical Evidence

Sumber : Data Olahan Pribadi (2024)

Hasil penelitian menyatakan adanya korelasi yang positif antara *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukan adanya pengaruh yang signifikan pada *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (May Sara et al., 2017) menunjukan bahwa adanya

pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil sebesar 39,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 60,4% yang tidak diteliti oleh peneliti seperti faktor harga, produk, promosi, dan lain sebagainya. Dengan meningkatkan kualitas *Physical Evidence* pada Warkop Sri Pandita maka dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada konsumen.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan mengenai Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Sri Pandita, terdapat kesimpulan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif pada variabel *Physical Evidence* yang telah diisi oleh 100 responden menyatakan bahwa persentase skor yang didapatkan sebesar 67% yang berada dalam kategori cukup baik. Pernyataan dengan persentase skor terendah adalah fasilitas pada lahan parkir yang sudah memadai, berada dalam kategori tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa Warkop Sri Pandita kurang dalam memperhatikan fasilitas pada lahan parkir yang disediakan. Dengan skor yang didapatkan yaitu 67% menyatakan bahwa skor tersebut belum mencapai skor maksimal. Presentase skor dapat dikatakan sudah maksimal jika jumlah persentase skor sebesar 84% - 100% berada dalam kategori sangat baik sesuai dengan ketentuan pada garis kontinum.
2. Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif pada variabel Keputusan Pembelian yang telah diisi oleh 100 responden menyatakan bahwa persentase skor yang didapatkan sebesar 75% yang berada dalam kategori baik.
3. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, *Physical Evidence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan nilai R Square sebesar 39,6% sedangkan sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Saran Bagi Warkop Sri Pandita

- a. Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel *Physical Evidence* menunjukkan bahwa “lahan parkir yang disediakan oleh Warkop Sri Pandita telah memadai” perlu diperbaiki karena pernyataan ini berada dalam kategori tidak baik. Penulis menyarankan agar Warkop Sri Pandita memperluas lahan parkir pada Warkop Sri Pandita. Perluasan lahan parkir dapat dilakukan dengan cara bekerja sama dengan menyewa lahan parkir yang disediakan oleh pemilik kosan Padjajaran yang letaknya berada di samping kiri Warkop Sri Pandita. Selain memperluas lahan parkir pada Warkop Sri Pandita, pengoptimalan pengaturan lahan parkir juga diperlukan yaitu dengan memberikan tanda atau petunjuk lahan parkir milik Warkop Sri Pandita dan memberikan petugas parkir agar dapat membantu kendaraan parkir secara tertib dan teratur.
- b. Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel *Physical Evidence* menunjukkan bahwa “desain yang diberikan oleh Warkop Sri Pandita menarik” perlu diperbaiki karena pernyataan ini berada dalam kategori cukup baik. Penulis menyarankan agar Warkop Sri Pandita memperbarui desain interiornya menjadi lebih menarik. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengecat ulang dengan palet warna yang cerah, seperti warna pastel untuk memberikan kesan yang nyaman dan modern. Selain melakukan cat ulang, Warkop Sri Pandita juga dapat menambahkan dekorasi yang menarik seperti poster vintage, papan tulis untuk konsumen menuliskan kritik dan saran atau menuliskan kesan dan pesan kepada Warkop Sri Pandita.
- c. Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel *Physical Evidence* menunjukkan bahwa “fasilitas yang diberikan seperti (meja, kursi, tempat tisu) oleh Warkop Sri Pandita sudah memadai” perlu ditingkatkan karena walaupun pernyataan ini berada dalam kategori baik. Penulis menyarankan agar Warkop Sri Pandita menambah fasilitas seperti tempat tisu untuk di lantai dua.
- d. Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel *Physical Evidence* menunjukkan bahwa “suasana pada lingkungan Warkop Sri Pandita merasa nyaman” perlu ditingkatkan karena walaupun pernyataan ini berada dalam kategori baik. Penulis menyarankan agar Warkop Sri Pandita menyediakan hiburan seperti musik melalui smartphone yang di hubungkan dengan speaker Bluetooth dengan jenis musik yang banyak disukai oleh konsumen. Dan memastikan volume musik tidak terlalu keras sehingga tidak mengganggu kenyamanan konsumen.

- e. Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel *Physical Evidence* menunjukkan bahwa “saya merasa tampilan pada daftar menu Warkop Sri Pandita sudah menarik dan informatif” perlu ditingkatkan karena walaupun pernyataan ini berada dalam kategori baik. Penulis menyarankan agar Warkop Sri Pandita mengupgrade menu yang telah tersedia. Dengan mengganti warna dan menambahkan desain pada menu Warkop Sri Pandita. Warna yang direkomendasikan adalah warna cerah, kemudian mengelompokkan menu – menu yang serupa dan diberikan gambar dengan layout yang menarik berdasarkan menu yang telah dikelompokkan, menggunakan font yang jelas dan mudah dibaca.
 - f. Berdasarkan hasil dari penelitian pada variabel *Physical Evidence* menunjukkan bahwa “tanda – tanda yang disediakan oleh Warkop Sri Pandita sudah jelas” perlu diperbaiki karena pernyataan ini berada dalam kategori cukup baik. Penulis menyarankan agar Warkop Sri Pandita menyediakan tanda – tanda terkait letak fasilitas yang disediakan dengan jelas dan mudah dimengerti. Tanda – tanda tersebut dapat dipasang di area Cashier, lokasi kamar mandi, area merokok, area lahan parkir, dan lain sebagainya.
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Saran untuk peneliti selanjutnya yang pertama adalah melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda seperti kualitas pelayanan, promosi, dan brand image pada Warkop Sri Pandita.
 - b. Saran untuk peneliti selanjutnya yang kedua adalah menggunakan teori para ahli dan jurnal terbaru terutama pada variabel *physical evidence* untuk digunakan.
 - c. Saran untuk peneliti selanjutnya yang ketiga adalah menggunakan metode penelitian yang berbeda kepada konsumen yang berkunjung ke Warkop Sri Pandita, contohnya adalah dengan melakukan wawancara secara langsung kepada konsumen Warkop Sri Pandita, sehingga jawaban yang diberikan lebih dalam terhadap variabel yang diteliti.

REFERENSI

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (10th ed.). CV. Alfabeta.
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (14th ed.). Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung. (2024, March 1). *Perkembangan Indeks Harga Konsumen Kabupaten Bandung Februari 2024*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung.
- Balqis Anggraini, A., & Saino, S. (2022). Pengaruh Harga, Physical Evidence, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Diskop dan UKM Kab. Bandung. (2023). *Daftar UMKM Kabupaten Bandung*. <https://Diskop.Bandungkab.Go.Id/p/Daftar-Umkm-Kabupaten-Bandung>.
- Fauzy, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdilllah, F., Satia Utama, A. A. G., Zonyfar, C., Nuraini, R., Silvi Purnia, D., Setyawati, I., Evi, T., Handi Permana, S. D., & Susila Sumartiningsih, M. (2022). *Metodologi Penelitian*. CV Pena Persada.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education .
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Muhamad, F. (2023). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian : Studi kasus pada konsumen Warkop Fajar99 di jalan Manisi, Cibiru Bandung.
- Ramadhani, R. (2022). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Kopi PancongSarijadi, Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* | <https://ijabo.a3i.or.id>
- Sangaji, M. E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Cv. Andi.
- Siregar, Y. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sofjan, A. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, & Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Sugiono, S. (2013). *Metode Penelitian KuantitatifKualitatif Dan R&D*. CV ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Marketing* (A. Diana, Ed.). CV. ANDI Offset.

Yunus, M., Mindra Jaya, N. G., Adam, M., Tabrani, M., Musnadi, S., Ibrahim, M., Kesuma, M., & Idris, S. (2023). Mengenal Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Manajemen. CV Andi Offset.

Zethaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm. McGraw-Hill Education.

