

Pengaruh Variasi Menu dan *Store Atmosphere* terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Warsun Cafe and Resto Bandung)

Mohammad Alif Fazrin^{1*}, Budi Wahyu Fitriadi², Ai Kusmiati Asyiah³
^{1,2,3}Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Indonesia

Alamat: Jalan Peta No 177, Kahuripan, Kec. Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46115

Korespondensi penulis: aliffazrin420@gmail.com*

Abstract. *This study aims to determine the effect of menu variations and Store Atmosphere on competitive advantage (a consumer survey of Warsun Cafe and Resto Bandung). The method used in this study is causality through a survey approach. With a research sample of 100 consumers of Warsun Cafe and Resto Bandung. The data used is using primary data. The analytical tool used in this study is multiple regression using SPSS 26.0. The results of the study show that Menu Variation and Store Atmosphere have a significant influence on Competitive Advantage at Warsun Cafe And Resto Bandung. Partially, Menu Variation has a significant influence on Competitive Advantage at Warsun Cafe And Resto Bandung. Partially Store Atmosphere has a significant influence on Competitive Advantage at Warsun Cafe And Resto Bandung.*

Keywords: *Menu Variation, Store Atmosphere, Competitive Advantage*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Pengaruh Variasi Menu Dan Store Atmosphere Terhadap Keunggulan Bersaing (Survei Pada Konsumen Warsun Cafe And Resto Bandung). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausalitas melalui pendekatan survei. Dengan sampel penelitian 100 Konsumen Warsun Cafe And Resto Bandung. Data yang digunakan adalah menggunakan data primer. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda dengan menggunakan SPSS 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variasi Menu dan Store Atmosphere memiliki pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Warsun Cafe And Resto Bandung. Secara parsial Variasi Menu memiliki pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Warsun Cafe And Resto Bandung. Secara parsial Store Atmosphere memiliki pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Warsun Cafe And Resto Bandung.

Kata kunci: Variasi Menu, Store Atmosphere, Keunggulan Bersaing

1. LATAR BELAKANG

Eksistensi cafe di Kota Bandung Jawa Barat telah menjadi pemandangan sehari-hari khususnya bagi kalangan mahasiswa. Warsun Cafe And Resto merupakan salah satu cafe di Kota Bandung yang memiliki konsep yang cukup unik, Warsun Cafe And Resto ini menarik untuk diteliti karena memiliki konsep yang cukup dengan mengusung konsep viewindoor dan outdoor. Diantaranya konsep yang dipadukan yaitu indoor, taman, Selain itu juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti park, *smoking area*, *tv cable* dan nonton bareng, *free hotspot*, serta *live music* setiap hari sabtu malam minggu pukul 19.00 WIB sehingga menjadikan tempat ini selalu dipadati pengunjung pada setiap harinya. Tempatnya yang cukup strategis yakni berada di pinggir jalan tepatnya di Jalan Soreang.

Tabel 1. Variasi Menu Café

Waffle Sandwich	Warsungaumen	Yoghurt
Vanilla Waffle Sandwich	Combi Sandwich	Lychee Yoghurt
Nutella Waffle Sandwich	Hotdog Kentang	Manggo Yoghurt
Chocolate Waffle Sandwich	Hotdog Kentang Mozza	Strawberry Yoghurt
Strawberry Waffle Sandwich	Mozzarella Kentang	Banaberry Yoghurt
Raisin Waffle Sandwich	Grilled Sausages & Fries	Banana Yoghurt
	Spaghetti Bolognese	Greentea Yoghurt
Coffe	Non Coffe	Dumplings
Espresso	Lychee Yakult	Pangsit Goreng
Black Coffe	Manggo Yakult	Pangsit Goreng Manis Pedas
Ice Coffe	Strawberry Yakult	Pangsit Kuah
Cappucino	Pink Lava	Pisang Bakar Coklat Keju
Café Latte (Hot/Ice)	Rich Choco Bubble	Pisang Bakar Coklat
Mocha Latte	Thai Tea	Pisang Bakar Keju
Vanilla Latte	Chocolate	Telur Cubit
Pour Over/V60	Matcha Green Tea	Kue Cubit
Vietnam Drip	Lemon Tea	Telur Cubit (+Telur)
	Taro	Kue Cubit (+Kue Cubit)
	Vanilla	
	Chocolate Tea Latte	
	Red Velvet	

Sumber: Observasi Peneliti, 2022

Dari hasil observasi awal yang penulis lakukan, bahwa menu yang paling diminati konsumen adalah Hotdog kentang, Capuccino dan Lychee yoghurt. Menu ini yang paling unggul, rasanya yang berbeda dan unik membuat menu hotdog kentang laris di Warsun Cafe And Resto. Untuk menu lainnya, mungkin dirasa sama saja seperti makanan dan minuman pada cafe umumnya. Untuk dapat bersaing dipasaran Warsun Cafe And Resto harus lebih inovatif lagi untuk menciptakan menu baru atau membuat ulang menu dengan garnish atau tampilan yang berbeda dari cafe pada umumnya. Memiliki menu yang berkualitas dan juga bervariasi akan membuat pengunjung tertarik dan tidak bosan dengan pilihan menu yang disediakan. Permasalahan dari variasi menu adalah cenderung monoton dan hampir sama dengan cafe dan resto lainnya, dari segi menu masih harus diperbarui.

Store Atmosphere bisa menjadi alternatif untuk membedakan cafe 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. Karakteristik fisik dan pengaruh yang mengelilingi suatu bisnis ritel yang dapat menimbulkan citra dalam suatu usaha untuk menarik konsumen, seperti pencahayaan yang masih harus ditambah dan penataanya cenderung tidak sistematis. *Store Atmosphere* tidak juga hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang di jual (Owner Warsun Cafe And Resto, 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Pengaruh Variasi Menu dan *Store Atmosphere* Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Warsun Cafe and Resto Bandung)”.

2. KAJIAN TEORITIS

Variasi Menu

Variasi Menu adalah suatu kegiatan menciptakan menu baru yang diharapkan dengan penyajian menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para konsumen yang masing- masing memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan bentuk atau rasa (Endar Sugiarto, 2013:2).

Indikator variasi makanan menurut Astuti (2019:78) 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

Store Atmosphere

Menurut (Kotler, 2016: 21) mendefinisikan “*Store Atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk”.

Hair, (2011: 231) mengungkapkan tujuh indikator dari *café atmosphere*, yaitu:

- 1) *Cleanliness* (Kebersihan)
- 2) *Music* (Musik)

- 3) *Scent* (Harum Ruangan)
- 4) *Temperature* (Suhu Ruangan)
- 5) *Lightning* (Pencahayaannya)
- 6) *Color* (Warna)
- 7) *Display / Layout* (Pajangan/ Tata Ruang)

Keunggulan Bersaing

Menurut (Sunyoto, 2014: 1) menyatakan bahwa “Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membedakan produk yang dihasilkan dalam persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik kunci dalam merebut konsumen sehingga menjadi produk yang spesial. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membedakan produk yang dihasilkan dalam persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik kunci dalam merebut konsumen sehingga menjadi produk yang spesial”.

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing menurut Fadilla (2015:57) adalah:

- a) Keunikan produk
- b) Harga bersaing
- c) Tidak mudah dijumpai
- d) Persaingan yang saat ini dilakukan
- e) Tidak mudah ditiru

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode kuantitatif menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk membuat Usulan Penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Menurut (Sugiyono, 2017: 1) rnengatakan bahwa penelitian adalah merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian penting artinya bagi seorang peneliti dalam memecahkan permasalahan atau. menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang fenomena yang ada dilingkungannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau penelitian penjelasan.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen pada Warsun Cafe And Resto yang jumlahnya tidak diketahui. Dengan jumlah populasi yang sangat besar dan belum diketahui besarnya secara pasti maka perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$$

Maka dapat disimpulkan berdasarkan perhitungan di atas, sampel yang diambil adalah sebesar 96,04 dibulatkan 100 orang yang merupakan konsumen Warsun Cafe And Resto Bandung. Adapun teknik *sampling* yang digunakan adalah menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria lebih membeli 3 kali, berusia 18 tahun dan bersedia menjadi subjek penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas. Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda, analisis koefisien kolerasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variasi Menu (X1)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,633	0,1946	Valid
X1.2	0,642	0,1946	Valid
X1.3	0,751	0,1946	Valid
X1.4	0,762	0,1946	Valid
X1.5	0,759	0,1946	Valid
X1.6	0,826	0,1946	Valid
X1.7	0,698	0,1946	Valid
X1.8	0,685	0,1946	Valid

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Tabel 3. Hasil Uji Validitas *Store Atmosphere* (X2)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,792	0,1946	Valid
X2.2	0,693	0,1946	Valid
X2.3	0,582	0,1946	Valid
X2.4	0,637	0,1946	Valid
X2.5	0,818	0,1946	Valid
X2.6	0,787	0,1946	Valid
X2.7	0,729	0,1946	Valid
X2.8	0,747	0,1946	Valid
X2.9	0,730	0,1946	Valid
X2.10	0,637	0,1946	Valid
X2.11	0,685	0,1946	Valid
X2.12	0,621	0,1946	Valid
X2.13	0,723	0,1946	Valid

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Keunggulan Bersaing (Y)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0,726	0,1946	Valid
Y2	0,733	0,1946	Valid
Y3	0,758	0,1946	Valid
Y4	0,830	0,1946	Valid
Y5	0,786	0,1946	Valid
Y6	0,703	0,1946	Valid
Y7	0,811	0,1946	Valid
Y8	0,866	0,1946	Valid
Y9	0,824	0,1946	Valid
Y10	0,787	0,1946	Valid

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel X1, X2, dan Y valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
X1	0,868	0,6	Reliabel
X2	0,913	0,6	Reliabel
Y	0,930	0,6	Reliabel

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 5 diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan realibel karena memiliki nilai cronbach alpha $> 0,60$.

Variasi Menu Pada Konsumen Warsun Cafe And Resto Bandung

Nilai kumulatif skor yang diperoleh dari variasi menu Warsun Cafe And Resto Bandung dengan skor 3.434 memiliki kriteria penilaian sangat baik. Artinya banyak menu pilihan, dimana konsumen bisa memilih sesuai selera, adanya inovasi menu dari setiap waktunya, misalnya terdapat menu yang kurang diminati maka akan dievaluasi kembali dan akan dilakukan perubahan menu, cita rasa cafe berbeda, dimana memiliki nilai rasa tersendiri yang unggul dibandingkan cafe lainnya.

***Store Atmosphere* Warsun Cafe And Resto Bandung**

Nilai kumulatif skor *Store Atmosphere* yang dirasakan oleh Konsumen Warsun Cafe And Resto Bandung sebesar 5.460 memiliki kriteria baik, artinya suasana cafe dari segi kebersihan sangat terjaga, dimana banyak sekali petugas kebersihan yang membersihkan jika terdapat pelanggan yang selesai, dimana jika ada pelanggan datan yang baru tempat sudah tertata rapih, toilet yang disediakan bersih dan sesuai dengan kelas cafe, alunan musik yang mengiringi suasana hidangan sesuai dengan harapan konsumen, artinya tidak terlalu bising bisa dijadikan media refleksi saat istirahat, waktu tertentu konsumen bisa request lagu yang diputarnya, dengan pertimbangan tidak mengganggu pelanggan lainnya, suhu dan sirkulasi di Warsun Cafe And Resto sudah disesuaikan dengan kapasitas tampung cafe, tata lampu serta hiasan lampu sesuai dengan keindahan estetik ruangan, warna dari ruangan sesuai dengan tema cafe.

Keunggulan Bersaing di Warsun Cafe And Resto Bandung

Nilai kumulatif skor yang diperoleh dari keunggulan bersaing Warsun Cafe And Resto Bandung dengan skor sebesar 4.280 memiliki kriteria baik. Artinya produk yang disediakan memiliki perbedaan dari segi penyajiannya dengan cafe lainnya, tentu saja hal ini menjadi nilai pembeda, cafe memiliki menu andalan yang memang banyak sekali dipesan tiap harinya, maka dari itu cita rasa dari menu tersebut harus bisa dipertahankan, harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal dan mampu dijangkau oleh semua kalangan khususnya mahasiswa dan pelajar, harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen, konsep zaman dulu sebagai media nostalgia bersama teman-teman, namun hal ini tidak lepas dari inovasi produk yang ada.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,2588140
	Std. Deviation	3,24735232
Most Extreme Differences	Absolute	,192
	Positive	,138
	Negative	-,192
Test Statistic		,192
Asymp. Sig. (2-tailed)		,299 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 6 diatas, nilai symp sig sebesar $0,299 > 0,05$ artinya data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

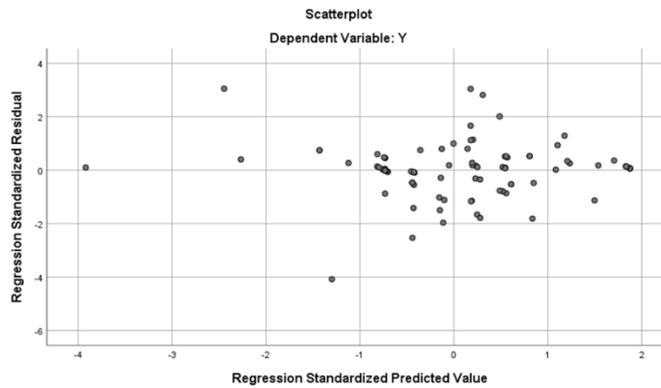
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,542	1,962		,786	,434					
X1	1,127	,146	,814	7,726	,000	,870	,617	,386	,224	4,455
X2	,547	,090	,064	4,610	,005	,781	,383	,304	,224	4,455

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 7 diatas, nilai VIF $4.455 < 10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan Gambar di atas menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas tidak ada pola jelas, serta titik-titik diatas dan dibawah angka 0 sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokolerasi

Tabel 8. Hasil Uji Autokolerasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,871 ^a	,758	,753	3,28066	1,135

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1.135 yang berarti nilai tersebut terletak diantara -2 sampai 2 artinya tidak ada gejala autokolerasi, maka dapat disimpulkan uji autokolerasi terpenuhi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,542	1,962		,786	,434
X1	1,127	,146	,814	7,726	,000
X2	,547	,090	,064	4,610	,005

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Persamaan regresi linear berganda penelitian sebagai berikut :

$$Y = 1,542 + 1,127 X_1 + 0,547 X_2 + e$$

Interprestasi:

- a. Konstanta sebesar 1,542 menunjukkan bahwa jika tidak terjadi peningkatan dalam variabel variasi menu dan *Store Atmosphere* maka keunggulan bersaing sebesar 1,542.
- b. Koefisien regresi variasi menu (X_1) sebesar 1,127 artinya setiap kenaikan 1 satuan variasi menu akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 1,127 satuan. Sebaliknya setiap penurunan 1 satuan variasi menu akan menurunkan keunggulan bersaing sebesar 1,127 satuan. Dengan asumsi *Store Atmosphere* tetap.
- c. Koefisien regresi *Store Atmosphere* (X_2) sebesar 0,547 artinya setiap kenaikan 1 satuan *Store Atmosphere* akan menaikkan keunggulan bersaing sebesar 0,547 satuan. Sebaliknya setiap penurunan 1 satuan *Store Atmosphere* akan menurunkan keunggulan bersaing sebesar 0,547 satuan. Dengan asumsi variasi menu tetap.

Analisis Koefisien Kolerasi dan Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Analisis Koefisien Kolerasi dan Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,871 ^a	,758	,753	3,28066

Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS diatas, nilai R-Square adalah sebesar 0,758 atau 75,8% Artinya besarnya pengaruh variasi menu dan *Store Atmosphere* secara simultan sebesar 75,8% terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh Variasi Menu dan Store Atmosphere Secara Simultan Terhadap Keunggulan Bersaing

Tabel 11. Hasil Uji Simultan (F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3277,309	2	1638,655	152,253	,000 ^b
	Residual	1043,984	97	10,763		
	Total	4321,294	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS diatas, nilai sig F sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung sebesar $152,253 > 3,09$, artinya H_a diterima H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi menu dan *Store Atmosphere* secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh Variasi menu Secara Parsial Terhadap Keunggulan bersaing

Tabel 12. Hasil Uji Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,542	1,962		,786	,434					
X1	1,127	,146	,814	7,726	,000	,870	,617	,386	,224	4,455
X2	,547	,090	,064	4,610	,005	,781	,383	,304	,224	4,455

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi antara variasi menu dengan keunggulan bersaing sebesar 0,617 yang menunjukkan terdapat hubungan sedang antara variasi menu dengan keunggulan bersaing. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang mengandung arti bahwa ketepatan variasi menu akan meningkatkan keunggulan bersaing. Maka besar pengaruh variasi menu terhadap keunggulan bersaing secara parsial adalah sebesar 38,06% [$K_d = (0,617)^2 \times 100\%$]. Hasil perhitungan variasi menu mempunyai nilai probabilitas sebesar $0,000 < \text{sig } \alpha 0,05$ dan $7,726 > 1,984$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variasi menu memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Fakta di lapangan variasi menu sangat banyak, namun cenderung sama dengan coffe lainnya secara umum hanya nama saja yang membedakan.

Pengaruh *Store Atmosphere* Secara Parsial Terhadap Keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi antara *Store Atmosphere* dengan keunggulan bersaing sebesar 0,383 yang menunjukkan nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif kuat yang mengandung arti bahwa peningkatan *Store Atmosphere* melekat akan meningkatkan keunggulan bersaing. Maka besar pengaruh *Store Atmosphere* terhadap keunggulan bersaing secara parsial adalah sebesar 14,66% [$K_d =$

$(0,383)^2 \times 100\%$]. Hasil perhitungan *Store Atmosphere* mempunyai nilai probabilitas sebesar $0,005 < \text{sig } \alpha 0,05$ dan $4,610 > 1,984$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Fakta di lapangan bahwa *Store Atmosphere* di Cafe And Resto Bandung memiliki desain *caffe* yang unik khususnya dari aksesoris hiasan di dalamnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis, maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut:

- a. Variasi menu memiliki klasifikasi penilaian sangat baik, *Store Atmosphere* memiliki klasifikasi penilaian sangat baik, sedangkan keunggulan bersaing memiliki klasifikasi penilaian baik pada Konsumen Warsun Cafe And Resto Bandung.
- b. Secara simultan variasi menu dan *Store Atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Konsumen Warsun Cafe And Resto Bandung, arti signifikan artinya pengaruhnya nyata dan dapat dipertanggungjawabkan.
- c. Secara parsial variasi menu dan *Store Atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Konsumen Warsun Cafe And Resto Bandung.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan untuk Warsun Cafe And Resto Bandung adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan skor terendah variabel variasi menu pada ukuran menu yang ditawarkan sangat beragam dan banyak pilihan yang baru, maka dari itu pelaku usaha harus mengevaluasi variasi menu yang kurang peminatnya dan menggantinya. Pelaku usaha harus mencari menu baru sesuai dengan perkembangan zaman saat ini khususnya di bidang kuliner.
- 2) Berdasarkan skor terendah variabel *Store Atmosphere* pada ukuran volume music tidak terlalu nyaring atau kecil, namun sesuai untuk membuat nyaman, maka dari itu pelaku usaha harus lebih mengontrol volume musik, karena kadangkala musik terlalu besar. Pelaku usaha harus mendesain ulang lingkungan *caffe* sesuai dengan trend saat ini.

- 3) Berdasarkan skor terendah variabel keunggulan bersaing pada ukuran ada *live music* setiap malam minggu untuk menghibur pengunjung, hal ini harus di evaluasi kembali akan tema yang diambilnya sehingga adanya dampak kemeriahan dari acara musik. Pelaku usaha harus meningkatkan fasilitas caffe sesuai kebutuhan konsumen.
- 4) Saran untuk penelitian selanjutnya, dengan dilakukan penelitian ini semoga penelitian ini bisa menjadi gambaran untuk peneliti selanjutnya atau tolak ukur penelitian dan mendukung penelitian yang diharapkan supaya bisa dikembangkan lagi.

DAFTAR REFERENSI

- Astuti, F. F. (2019). Pengaruh variasi menu dan cita rasa, persepsi harga, dan kebersihan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Duta Minang JL. Brigjen Katamso. *Jurnal Manajemen*, 1(1).
- Danang, S. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen* (Edisi 1; T. Admojo, Ed.). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Kotler. (2016). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Pemasaran* (Kesatu). Jakarta: Selemba Empat.
- Nanda, F. (2015). Pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing ritel modern (Kasus Hypermart Mall SKA Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fisip*, 1(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.