

PENGARUH DESAIN INTERIOR DAN LOKASI BISNIS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA WARUNG BAMBU KRUENG GEUEKUH

Fitri Ramadhan, S.A.B¹⁾, Maisyura, SE., M.S.M²⁾

¹Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh
Email : fitri0178@gmail.com,

²Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh
Email : maisyura@unimal.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Interior Design and Business Location on Consumer Purchase Interest at Warung Bambu Krueng Geukuh. The research method in this study uses quantitative methods and information collected using a questionnaire. The population used in this study were visitors to Warung Bambu Krueng Geukuh. The sample used is the visitors to Warung Bambu Krueng Geukuh, totaling 60 people using the Accidental Sampling method. Test the validity of the data using Correland Item-Total Correlation r -Calculate and test the reliability using Alpha Cronbach. The analytical technique used is multiple regression analysis with hypothesis testing using the SPSS 25 program. The results of this study indicate that: (1) interior design has a positive effect on buying interest. (2) business location has a positive effect on buying interest. (3) interior design and business location have a positive effect on buying interest.

Keywords: Interior design, Business Location, Buying Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Desain Interior dan Lokasi Bisnis Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Bambu Krueng Geukuh. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan informasi yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Warung Bambu Krueng Geukuh. Sampel yang digunakan adalah pengunjung Warung Bambu Krueng Geukuh yang berjumlah 60 orang dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*. Uji validitas data menggunakan *Correland Item-Total Correlation r -Hitung* dan uji reliabilitasnya menggunakan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) desain interior berpengaruh positif terhadap minat beli. (2) lokasi bisnis berpengaruh positif terhadap minat beli. (3) desain interior dan lokasi bisnis berpengaruh positif terhadap minat beli.

Kata Kunci : Desain interior, Lokasi bisnis, Minat beli

PENDAHULUAN

Dunia bisnis sekarang yang tumbuh sangat pesat menjadi tantangan ataupun ancaman bagi pelaku bisnis agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam sebuah kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan sebuah usaha di tengah pesaing. Sekarang telah mengalami perkembangan dalam dunia usaha/bisnis yang sangat pesat

Cafe/restoran termasuk salah satu bisnis yang dapat dikatakan memiliki prospek yang bagus mengingat makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Cafe/restoran dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap konsumennya, selain itu desain interior juga perlu diperhatikan .

Menurut Dodsworth (2009) desain interior bertujuan untuk membuat manusia sebagai pemakai ruang dapat beraktifitas dengan efektif dan merasa lebih nyaman pada ruangan tersebut. Cafe/restoran juga sangat perlu desain interior yang bagus supaya konsumen yang datang merasakan kenyamanan. Selain desainnya pelaku usaha juga harus memperhatikan lokasi bisnis, lokasi sangat berhubungan erat dengan sebuah usaha yang akan dibangun, karena dengan memilih lokasi yang strategis maka usaha tersebut akan maju.

Pengaruh desain interior dan lokasi bisnis terhadap minat beli konsumen yaitu dengan desain interior yang klasik, berciri khas atau karakter desain sendiri dari cafe tersebut. Karakter inilah yang nantinya akan memberikan suasana tersendiri pada konsumen. Dengan lokasi yang mudah dijangkau maka konsumen tertarik untuk beristirahat makan siang dan malam bahkan menjadi tempat nongkrong yang nyaman.

Lokasi yang nyaman, bersih, ramai dan mudah dijangkau, merupakan beberapa kriteria yang diminati oleh banyak konsumen. Salah memilih lokasi dapat berakibat fatal bagi pengusaha. Lokasi warung bambu bertempat di jalan Medan-Banda Aceh, Krueng Geukuh, Warung Bambu ini tersedia makanan, minuman dan cemilan. Warung Bambu ini banyak konsumen yang datang dari mahasiswa, pekerja, dan keluarga jarang sekali konsumen datang sendiri. Fenomena yang terjadi di Warung Bambu yaitu banyak konsumen yang datang untuk mencicipi menu makanan dan minuman yang disediakan, baik makan siang dan makan malam meskipun terdapat beberapa masalah yang ada di Warung Bambu seperti desain interior yang tidak berubah-ubah membuat para konsumen juga merasa bosan dengan desain yang itu-itu saja, dan kalau dari jauh tidak

kelihatan walaupun dipinggir jalan Medan-Banda Aceh tetapi warungnya agak masuk dalam sedikit dikarenakan tempat parkir terlalu luas. Begitu juga lokasi, penulis lihat kelancaran menuju lokasi didaerah Krueng Geukuh keseringan macet apalagi dari daerah timur ke barat disebabkan oleh lampu merah, maka dari itu konsumen yang datang dari timur ke barat ingin ke Warung Bambu susah belok apalagi tukang parkirnya tidak berdiri dipinggir jalan dikarenakan tempat parkir sedikit jauh dari Jalan Medan Banda Aceh.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Desain Interior dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Bambu Krueng Geukuh”.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Beli Konsumen (Y)

Minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan (Schiffman & Kanuk, 2004). Menurut Rizky & Yasin dalam Arief (2017) minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Minat beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tidak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen yang pastinya konsumen butuhkan tempat yang nyaman bersih, dan makanan minumannya yang segar dan enak.

Desain Interior (X1)

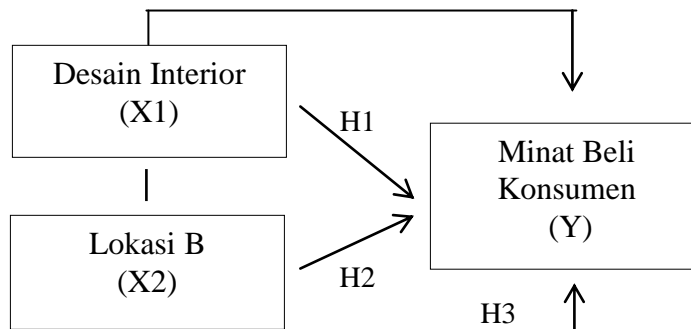
Desain interior merupakan sebuah perencanaan tata letak ruangan dan perancang ruang bangunan, keadaan fisiknya untuk memenuhi kebutuhan dasar ruangan, mempengaruhi bentuk aktifitas dan memenuhi aspirasi dan mengekspresikan gagasan yang menyertai tindakan kita, disamping itu desain interior juga mempengaruhi pandangan, keindahan mata, suasana hati dan kepribadian kita.

Lokasi Bisnis (X2)

Menurut Peter dan Olson (2000) lokasi bisnis adalah aspek penting dalam saluran distribusi. Lokasi bisnis adalah tempat yang paling menggantungkan yang dapat dilihat dari jumlah khalayak yang melewati cafe/restoran setiap harinya, dan yang mampir ke cafe/restoran

untuk mencicipi makanan dan minuman yang ada di cafe/restoran tersebut. Presentrasi mampir dan kemudian membeli serta nilai pembelian per-penjualan (Kotler, 2007).

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1. Kerangka Konseptual

HIPOTESIS

- H1 : Desain interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Warung Bambu Krueng Geukuh.
- H2 : Lokasi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Warung Bambu Krueng Geukuh.
- H3 : Desain interior dan lokasi bisnis secara bersama-sama pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada warung Bambu Krueng Geukuh.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu untuk menggambarkan secara sistematis mengenai fakta, gejala, fenomena dan menggambarkan suatu kejadian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang akan diisi oleh konsumen pengunjung Warung Bambu Krueng Geukuh. Lokasi penelitian di Jalan Medan Banda Aceh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara, yang bertempat di Warung Bambu Krueng Geukuh. Waktu penelitian sebagai berikut :

Tabel 1.
Waktu Penelitian

Tanggal	Hari	Jam
23 Oktober 2020	Jumat	14.00 s/d 17.20
24 Oktober 2020	Sabtu	19.30 s/d 22.00
25 Oktober 2020	Minggu	13.00 s/d 17.00

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Warung Bambu Krueng Geukuh. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling* (*sampel tanpa sengaja*) yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel. *Accidental Sampling* termasuk dalam metode *Non-Probability Sampling* (Sugiyono, 2013).

Adapun sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung Warung Bambu Krueng Geukuh pada saat peneliti mengambil data penelitian. Adapun jumlah sampel yang diambil peneliti berjumlah 60 sampel/responden yang dipilih secara *Accidental Sampling* berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan dalam penelitian ini.

Adapun karakteristik adalah sebagai berikut :

1. Remaja dan dewasa dari umur 13 tahun sampai dengan 60 tahun yang mengunjungi Warung Bambu Krueng Geukuh
2. Jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang mengunjungi Warung Bambu Krueng Geukuh.

SKALA PENGUKURAN

Skala pengukuran yang digunakan adalah model skala Likert. Berikut adalah varian jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner sebagai berikut :

Sangat setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Ragu-Ragu (RR)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi	Presentasi %
13-25 Tahun	51	85%
26-40 Tahun	8	13%
41-60 Tahun	1	2%
Total	60	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Tabel 3.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase %
laki-Laki	22	37%
Perempuan	38	63%
Total	60	100%

UJI INSTRUMEN PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner . kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk memudahkan melakukan uji validitas maka bandingkan nilai *correland item-total correlation (r hitung)* dengan hasil perhitungan *r table*. Apabila *r* dihitung lebih besar dari *r table* dan nilai positif, maka pertanyaan atau indikator tersebut valid Ghozali,(2009) apabila : $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, artinya pernyataan atau indikatot tersebut adalah valid. Adapun hasil pengujian validitas sebagai berikut :

Desain Interior (X1)

Tabel 4.
Hasil Uji Validitas variabel Desain Interior (X1)

Item Pernyataan	Corrected item- Total Correlation (r-Hitung)	r - tabel	Hasil
1	0,621	0,254	Valid
2	0,466	0,254	Valid
3	0,531	0,254	Valid
4	0,479	0,254	Valid
5	0,637	0,254	Valid
6	0,561	0,254	Valid
7	0,308	0,254	Valid
8	0,564	0,254	Valid

Lokasi Bisnis (X2)

Tabel 5.
Hasil Uji Validitas variabel Lokasi Bisnis (X2)

Item Pernyataan	Corrected item- Total Correlation (r-Hitung)	r - tabel	Hasil
1	0,660	0,254	Valid
2	0,436	0,254	Valid
3	0,432	0,254	Valid
4	0,452	0,254	Valid
5	0,489	0,254	Valid
6	0,480	0,254	Valid

Minat Beli Konsumen (Y)

Tabel 6.
Hasil Uji Validitas variabel Minat Beli Konsumen (Y)

Item Pernyataan	Corrected item- Total Correlation (r-Hitung)	r - tabel	Hasil
1	0,640	0,254	Valid
2	0,757	0,254	Valid
3	0,649	0,254	Valid
4	0,684	0,254	Valid
5	0,751	0,254	Valid

Uji Reabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Data analisis menggunakan teknik koefisien alpha Cronbach. Jika nilai Cronbach alpha > 0,60 maka dinyatakan reabel. Adapun hasil pengujian reabilitas sebagai berikut :

Tabel 7.
Hasil Uji Realibilitas Dat

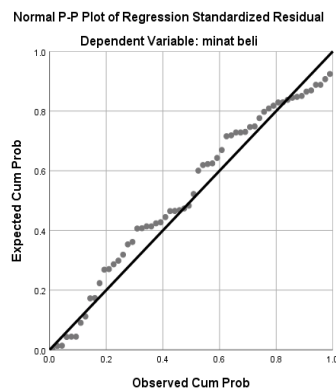
Nama Variabel	Reabilitas (Alpha)	Keterangan
Desain Interior (X1)	0,702	Reliabel
Lokasi Bisnis (X2)	0,676	Reliabel
Minat Beli Konsumen (Y)	0,765	Reliabel

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel Desain Interior (X1), Lokasi Bisnis (X2) dan Minat Beli Konsumen (Y) dapat dikatakan reliabel karena nilai alpha tersebut lebih dari 0,60.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data pada masing-masing variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Teknik pengujian normalitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis grafik yaitu dengan melihat secara grafik *Probability Plot* sebagai berikut :



Gambar 2. Grafik Probability Plot

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini, dapat dilihat bahwa titik-titik yang menyebar disekitaran garis diagonal serta penyebaran titik-titik mengikuti garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance tidak kurang dari 0.10 yang artinya tidak ada kolerasi antara variabel independen yang nilainya lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8.
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Desain Interior	0,849	1,177	Tidak ada Kolerasi
Lokasi Bisnis	0,849	1,177	Tidak ada Kolerasi

Dari hasil uji multikolinieritas dengan menganalisis antar korelasi antar variabel independen diperoleh nilai tolerance lebih besar dari 0,10 . dan VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan tarif signifikansi yang digunakan $>0,05$. Berikut disajikan pada tabel dibawah ini :

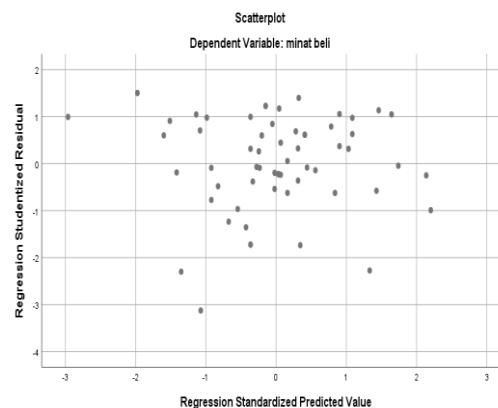
Tabel 9.
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. deviation from linearity	Kesimpulan
X1 - Y	0,438	Linier
X2 - Y	0,527	Linier

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, terlihat bahwa nilai signifikansi untuk masing-masing variabel $>0,5$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara masing-masing variabel independen X1, X2 dan variabel dependen Y adalah berbentuk linier.

Uji Heteroskadastisitas

Uji heteroskadastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual. Cara mendeteksinya dengan cara melihat grafik antara prediksi variabel terikat dengan redualnya. Deteksi ada tidaknya heteroskadastisitas (ketidak samaan residual) dapat dilihat dalam grafik dibawah ini :



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskadastisitas

Melalui pengamatan grafik diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak menunjukkan pola tertentu. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua model regresi tidak mengandung gejala heteroskadastisitas.

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Analisa regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara X1, X2 terhadap Y selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Persamaan regresi dapat dilihat dari tabel hasil uji *coefficients* bedasarkan input SPSS dari variabel independen yaitu desain interior (X1), lokasi bisnis (X2). Adapun hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 10.
 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.337	3.630		2.021	.008
	X1	.359	.108	.428	3.324	.009
	X2	.147	.149	.140	2.313	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2020)

Dari hasil uji regresi diatas dapat diketahui persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Sehingga persamaan menjadi :

$$Y = a + 7,337 + 0,359X_1 + 0,147X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel desain interior (X1), dan lokasi bisnis (X2) memiliki koefisien regresi positif.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji secara parsial apakah variabel bebas yang terdiri desain interior dan lokasi bisnis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Adapun t_{tabel} yaitu dengan melihat tabel t pada derajat kebebasan (df) = n-k-1 = 60-3-1 = 56, maka t_{tabel} pada df = 56 pada taraf signifikan 5% adalah sebesar 1.67252 Dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 11.
 Hasil Uji Parsial

Variabel	B	t hitung	Sig.	Keterangan
Desain Interior	0.428	3.324	0.009	Positif dan signifikan
Lokasi Bisnis	0.140	2.313	0.005	Positif dan signifikan

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa:

1. Variabel desain interior (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.324. hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3.324 > 1.67252), sedangkan tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0.009. karena

tingkat signifikansi lebih kecil dari pada 0.05 ($0.009 < 0.05$), maka membuktikan hipotesis pertama dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa desain interior memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa desain interior yang semakin bagus, akan meningkatnya minat beli konsumen pada Warung Bambu Krueng Geukuh.

2. Variabel lokasi bisnis (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.313. hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.313 > 1.67252$), sedangkan tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0.005. karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 ($0.005 < 0.05$). Maka membuktikan bahwa hipotesis kedua dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa lokasi bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa lokasi bisnis yang strategis akan meningkatkan minat beli konsumen pada Warung Bambu Krueng Geukeuh.

Uji Simultan (uji f)

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan atas sikap konsumen yang terdiri dari variabel desain interior (X_1) dan lokasi bisnis (X_2) terhadap minat beli konsumen (Y), adapun ketentuan penerimaan hipotesis secara simultan adalah sebagai berikut :

1. Jika hasil bisa $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.
2. Jika hasil $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Atau

1. Jika nilai sig $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.
2. Jika nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} adapun f_{tabel} taraf signifikan 5% dengan numerator ($k-1 = 3-1$) = 2 dan denominatornya ($n-k = 60-2$) = 58 diperoleh f_{tabel} sebesar 3.16. adapun hasil perhitungan uji f ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12.
Hasil Uji f (Secara Simultan)

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.310	2	35.655	5.116	.009 ^b
	Residual	397.273	57	6.970		
	Total	468.583	59			

a. Dependent Variable: minat beli

b. Predictors: (Constant), lokasi bisnis, desain interior

Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2020)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa f_{hitung} sebesar 5,116 dengan nilai signifikan 0,009. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $5.116 > 3.16$. sedangkan jika menggunakan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05 ($0.009 < 0.05$). maka dapat disimpulkan bahwa variabel desain interior (X1) dan lokasi bisnis (X2) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) pada Warung Bambu Krueng Geukuh.

PEMBAHASAN

Pengaruh Desain Interior (X1) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

Pengujian hipotesis yang pertama menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel desain interior terhadap minat beli konsumen pada Warung Bambu Krueng Geukuh. Hal ini dibuktikan dengan porelehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.324 > 1.67252$) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ($0.009 < 0.05$), artinya desain interior berkorelasi signifikan.

Adapun nilai koefisien regresi sebesar 0.359 berarti jika terjadi peningkatan minat beli konsumen sebesar 0.359 satuan atau 3.59% pada Warung Bambu Krueng Geukeuh. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baiknya desain interior maka semakin tinggi minat beli konsumen. Sebuah cafe harus menyenangkan supaya bisa menarik minat konsumen, dengan desain interior yang berbeda dari cafe yang lain dan konsumen nyaman ketika berkunjung ke cafe tersebut merupakan salah satu cara agar konsumen dapat melakukan tindakan pembelian dan tidak kecil kemungkinan konsumen akan mengunjungi kembali cafe tersebut.

Desain interior merupakan salah satu yang sangat penting untuk sebuah cafe. Hal ini berperan untuk meningkatkan minat beli konsumen, pastinya dengan desain yang bagus, berciri khas, konsumen tertarik untuk berkunjung kembali ke cafe tersebut bahkan minat belinya pun

meningkat dengan konsep makanan dan minuman yang enak dan tempat sajinnya yang bagus misalnya tempat sajinnya terbuat dari rotan atau bambu, makanan dan minuman dihiasi dengan bagus dan rapi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh mansyur (2017) judulnya “Pengaruh Desain Interior Terhadap Kenyamanan Membaca Pemustaka Di Badan Perpustakaan dan arsip Daerah Provinsi Sulawesi Selatan” yang menyatakan bahwa desain interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan, semakin bagusnya desain interior kenyamanan semakin meningkat.

Pengaruh Lokasi Bisnis (X2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

Pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi bisnis terhadap minat beli konsumen pada Warung Bambu Krueng Geukuh. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.313 > 1.67252$) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ($0.005 < 0.05$), artinya desain interior berkorelasi signifikan. Adapun nilai koefisien regresi sebesar 0.147 berarti jika terjadi peningkatan minat beli sebesar 0.147 satuan atau 1.47% pada Warung Bambu Krueng Geukeuh. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin terjangkaunya lokasi maka semakin tinggi minat beli konsumen. Menentukan lokasi yang tepat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pelaku usaha , karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan dalam suatu bisnis. Memilih lokasi untuk membuka usaha merupakan hal pertama yang harus diperhatikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Siti Amina Bulolo (2017) yang judulnya “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD.Putra Lolowau Kabupaten Nias Selatan” yang menyatakan bahwa lokasi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Semakin strategisnya lokasi bisnis maka minat beli semakin meningkat.

Pengaruh Desain Interior (X1) Dan Lokasi Bisnis (X2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

Pengujian hipotesis yang ketiga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan variabel desain interior (X1) dan lokasi bisnis (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) pada Warung Bambu Krueng Geukuh. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ ($5.116 < 3.16$) dan tingkat signifikan < 0.05 ($0.009 < 0.05$).

Adapun nilai Constant 7.337, sehingga dapat disimpulkan bahwa desain interior dan lokasi bisnis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi desain interior dan lokasi bisnis semakin tinggi pula minat beli konsumen.

Jika desain interior yang bagus dan sesuai dengan harapan konsumen ditambahjuga dengan lokasi tepat akan membuat konsumen semakin tertarik dan pada gilirannya akan menimbulkan keinginan untuk membeli produk yang disediakan di Warung bambu. Sebaliknya jika desain interior dan lokasi bisnis yang kurang baik cenderung mematikan minat beli konsumen untuk membeli produk yang disediakan di warung Bambu.

Hal ini sejalan dengan penelitian Bangun Adil Wibowo (2015) judulnya “Pengaruh Suasana Toko, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Planet Distro Kota Banjar Negara” yang menyatakan bahwa suasana toko, promosi, dan lokasi bisnis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang dikemukakan tentang pengaruh desain interior dan lokasi bisnis terhadap minat beli konsumen pada Warung Bambu Krueng Geukuh, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Desain interior (X1), berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 3.324 dengan signifikansi 0.009. Hal ini menunjukkan desain interior yang bagus dan sesuai dengan keinginan konsumen yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Terutama untuk menjaga minat beli konsumen pada Warung Bambu Krueng Geukuh.
2. Lokasi bisnis (X2), berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t sebesar 2.313 dengan signifikansi sebesar 0.005. Hal ini menunjukkan bahwa memilih lokasi yang strategis sangat penting dilakukan oleh pelaku usaha guna untuk meningkatkan minat beli terhadap Warung Bambu Krueng Geukuh.
3. Desain interior, dan lokasi bisnis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji f hitung sebesar 5,116 dan signifikansi 0,009. Hal ini dapat diartikan apabila warung bambu Krueng Geukuh

mendesain interior yang bagus dan benar yang sesuai dengan selera konsumen dan lokasi yang tepat maka akan meningkatkan minat beli konsumen

Saran

1. Bagi pihak warung bambu Krueng Geukuh
 - a. Warung Bambu Krueng Geukuh disarankan untuk menciptakan desain yang lebih bagus lagi sesuai dengan selera konsumen, hal ini dapat berpengaruh terhadap penjualan, desain yang bagus, dengan keindahan yang membuat konsumen nyaman, pencahayaan yang bagus, hal ini dapat merangsang pengunjung untuk melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
 - b. Peningkatan dalam segi lokasi, disarankan untuk kedepannya lebih meminimalisir papan iklan seperti papan digital atau papan reklame elektronik sehingga pendatang baru tidak kesulitan untuk menemukan Warung Bambu .
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Menambahkan jumlah responden sehingga menambah penelitian yang lebih baik lagi
 - b. Dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti desain interior dan lokasi bisnis, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Widyan. 2019. *Pengaruh Lokasi Toko Dan Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Agung Furtinature Medan. Skripsi Medan. Universitas Medan Area.* (diakses pada tanggal 26 Januari 2020 pukul 10.15).
- Arief Adi satria. 2017. *Pengaruh harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. 1-9.* (diakses pada tanggal 09 Januari 2020 pukul 10.20).
- Astika Pratiwi. 2016. *Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Argosaro Wohosari. Skripsi Yogyakarta. Universitas Negeri Jakarta.* (diakses pada tanggal 04 Januari 2020 pukul 09.10).
- Bangun Adil Wibowo. 2015. *Pengaruh Suasana Toko, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Kota Banjar Negara. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.* (diakses pada tanggal 26 Januari 2020 Puku 20.15).
- Fandy Tjibtono, Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi-4. Jakarta. Buku Beta.*
- Felix.T., Adi Santoss., S.Sn, M.Arch., Dra. Herlin Sri Utami. 2013. *Perancangan Interior Restoran Dengan Pendekatan Ekologo Disurabaya Jurnal Demensi Desain Interior. Jurnal Intra. 1-8.* (diakses pada tanggal 14 Februari 2020 pukul 19.00).
- Gamal Thabrani. 2019. *Desain Interior : Pengertian, Sejarah, Tujuan & Ruang Lingkup.* <https://serupa.id/desain-interior-pengertian-sejarah-tujuan-ruang-lingkup/>. (diakses pada tanggal 17 februari 2020 pukul 10.20).
- J. Peter Olson. 2000. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran. Jakarta.*
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran. Edisi ke-13, Jilid 1. Jakarta.*
- Mansyur. 2017. *Pengaruh Desain Interior Terhadap Kenyamanan Membaca Pemustakaan Di Badan Perpustakaan Dan Arsip Daerah (BPAD) Provinsi Sulawesi Selatan. Skripsi Makassar. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.* (diakses pada tanggal 03 Februari 2020 pukul 17.10).
- Muchlisin Riadi. 2018. *Aspek, Jenis, Tahapan Dan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.* <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>. (diakses pada tanggak 26 februari 2020 pukul 10.10).
- Om.Makplus. *Pendidikan-Pengertian Umum Menurut Para Ahli* <http://www.definisi-pengertian.com/2015/04/lokasi-strategis-dan-pengertian-lokasi.html>. (diakses pada tanggal 23 februari 2020 pukul 12.09).
- Prof. Dr. Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur penelitian.* Bandung. Rineka Cipta.
- Prof. H. Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA. Aks. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Edisi 9. Bandung.

- Radhiah dan Syahriandi. 2015. *Bahasa Indonesia (Materi KMU untuk Mahasiswa)*. Aceh Utara.
- Relon Taufk Jidayat, Sri Zuliarni. 2014. *Pengaruh Lokasi Usaha Ada Volume Penjualan (Servei Pada Restoran Kecil Dilingkungan Universitas Riau*. Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis. 9(2). (diakses pada tanggal 07 Maret 2020 pukul 21.00).
- Pengertian minat beli, aspek, dimensi, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Lengkap*. <https://www.pelajaran.co.id/2019/04/pengertian-minat-beli-aspek-dimensi-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli-konsumen.html>. (diakses pada tanggal 03 maret 2020 pukul 13.26).
- Siti Amina Buulolo. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli konsumen Pada UD Putri Lolowaw Kabupaten Nias Selatan*. Skripsi Teluk Dalam. Stie Nias Selatan. (diakses pada tanggal 03 februari 2020 pukul 17.30).
- Sugiyono, 2003. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfa Ekawanti. 2019. *Pengaruh Lokasi Toko Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Jenawi Oblong Riau Pekan Baru*. Vol 6 (1-15). (diakses pada tanggal 28 April 2020 pukul 13.00).
- Yuli Priyanti, Febsri Susanti, nazaruddin Aziz. 2017. *Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Dipasar Raya padang Dilihat Dari Sikap Dan Iklan*. 87-96. (diakses pada tanggal 08 Maret 2020 pukul 20.35).