

PENGARUH DESAIN INTERIOR DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAI MENANTEA MALANG

Tessa Setyowati¹
Achmad Zaini²

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹setyowatitessa@gmail.com

²achmad.zaini@polinema.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif desain interior dan keragaman produk secara simultan terhadap keputusan pembelian di Gerai Menantea Jl. Bunga Camilia no. 1 Malang. Riset ini jenisnya kuantitatif dimana terdapat variabel Desain Interior, Keragaman produk, dan Keputusan Pembelian. Data akan dikumpulkan menggunakan metode observasi dan kuesioner. Untuk pengambilan sampel digunakan teknik Non Probability Sampling dengan jumlah 75 reponden yang merupakan konsumen Gerai Menantea Jl. Bunga Camiliano. 1 Malang. Untuk analisis data digunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel Desain Interior secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} 3,479 dan tingkat significant 0,01, kemudian Keberagaman Produk menunjukkan hal yang sama dengan nilai t_{hitung} 3, 686 dan tingkat significant 0,00. Desain Interior dan Keberagaman Produk secara simultan atau bersama – sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dengan F_{hitung} 58. 533 dan tingkat significant 0,000. Maka besarnya pengaruh Desain Interior dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (adjusted R^2) adalah sebesar 60,9%.

Kata kunci: Desain interior, Keragaman Produk, Gerai Menantea.

Abstract

This study aims to determine and analyze the positive influence of interior design and product diversity simultaneously on purchasing decisions at Menantea outlets Jl. Camilia flower no. 1 Poor. This research is a quantitative study with the variables Interior Design, Product Diversity, and Purchasing Decisions. Data collection method used is by using a questionnaire and observation. The sampling technique used was non-probability sampling purposive sampling with a total of 75 respondents who were consumers of Menantea outlets Jl. Camilia flower no. 1 Poor. For data analysis used multiple linear regression. The results of this study indicate that the Interior Design variable partially influences Purchase Decision with t_{count} 3.479 and a significant level of 0.01, then Product Diversity shows the same thing with the t value t_{count} 3, 686 and a significant level of 0.00. Interior Design and Product Diversity simultaneously or together have a positive effect on Purchasing Decisions with F_{count} 58. 533 and level significant 0.000. Then the magnitude of the influence of Interior Design and Product Diversity on Purchasing Decisions (adjusted R^2) is 60.9%

Keywords: Interior design, Product Diversity, Menantea outlets

1. Pendahuluan

Saat ini kebutuhan masyarakat terhadap *Food & Beverage* semakin tinggi bahkan tidak hanya sekedar kebutuhan makan minum saja, melainkan sebagai salah satu cara mereka untuk menghilangkan penat

dengan mencari tempat yang nyaman untuk bersantai setelah mereka bekerja seharian. Masyarakat juga akan memilih atau mencari tempat yang memiliki desain interior yang estetik untuk memenuhi kebutuhan dalam bersosial media.

Selain itu keragaman produk yang ada merupakan faktor lain yang dapat dipertimbangkan saat akan memilih tempat untuk dikunjungi. Semakin banyak varian produk yang bisa dipilih maka akan mempermudah pembeli nantinya dalam mengambil keputusan pembelian. Membeli sesuatu dengan keputusan sendiri merupakan tindakan konsumen terkait selera mereka terhadap merek yang terdapat dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller, 2012).

Kota Malang merupakan salah satu kota yang mulai berkembang pada bidang bisnis *Food & Beveragenya*. Khususnya pada 3 tahun terakhir ini telah muncul banyaknya gerai *Food & Beverage* yang berdiri di Kota Malang. Pilihan produk makanan dan minuman yang dijual juga bervariasi. Salah satu gerai yang mendapatkan antusiasme tinggi dari masyarakat Kota Malang adalah Menantea. Menantea menyediakan variasi minuman yang berbahan dasar teh dengan menganut konsep *fusion tea*, yaitu memadukan teh dengan rasabuah yang segar dan tidak pernah ada di gerai minuman lainnya, sehingga terlihat sangat menarik.

Sebagai daya tarik dalam keputusan pembelian pada gerai menantea penerapan desain interior lebih ditonjolkan seperti pemilihan warna ruangan yang cerah, memperhatikan estetika penataan meja dan kursi agar terlihat lebih menarik, kebersihan ruangan juga diperhatikan agar konsumen merasa nyaman. Selaras dengan opini yang dikatakan (Cahyono dan Maskan, 2020) keputusan pembelian yang dilakukan customer dipengaruhi juga dari desain interiornya karena bisa membuat betah dan mempermudah konsumen.

Berdasarkan fenomena dan penjelasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti terdorong untuk melakukan riset dengan judul “Pengaruh Desain Interior dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Gerai Menantea Jl. Bunga Camilia no. 1 Malang.”

Rumusan masalah yang diambil berlandaskan latar belakang di penelitian ini yaitu apakah keragaman produk dan desain interior bisa memberi pengaruh secara simultan atau parsial terhadap keputusan pembelian di gerai Menantea Jl. Bunga

Camilia no.1 Malang? Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh desain interior dan keragaman produk secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian di gerai Menantea Jl. Bunga Camilia no.1 Malang.

2. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa Kajian Empiris pada penelitian ini, Berikut ini beberapa riset sebelumnya yang relevan dengan variabel – variable yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya :

Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa desain eksterior dan interior memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Mulyana & Fadilah, 2015), Menyimpulkan bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi secara signifikan maupun parsial oleh Desain interior dan desain eksterior. Disisi lain pengaruh yang lebih dominan yaitu Desain Eksterior (Muwaffaq & Hadi, 2018), Dalam penelitiannya menyatakan bahwasanya desain interior mempunyai pengaruh yang positif dan significant terhadap minat pengunjung (Julian dkk, 2020), Penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa store atmosphere dan keragaman produk berpengaruh terhadap impulse buying (Angelita & Rachmi, 2021), Penelitiannya menyimpulkan bahwa store layout serta keragaman produk memberik pengaruh pada keputusan pembelian Indomaret Satria Jaya (Setyani & Wahyudi Adul, 2021).

Selanjutnya, Kajian Teoritis pada penelitian ini adalah :

Desain Interior: Desain interior merupakan salah satu aspek yang dipertimbangkan ketika seseorang akan mengunjungi suatu tempat, disamping itu desain interior yang memadai dan baik akan menunjang kenyamanan seseorang saat mengunjungi suatu tempat. Arti dari desain interior dasarnya yaitu untuk memenuhi keinginan dasar manusia dalam menyediakan keperluan dasar dan berlindung selain itu juga terkait dengan menata, merancang serta mendesain suatu ruangan dalam sebuah bangunan menjadi sebuah tatanan fisik. Selain itu dapat memberikan pengaruh pada kepribadian manusia, pandangan, suasana hati serta

pencitraan dalam pembelian (Wickasono & Trisnawati, 2014). Adapun beberapa indikator desain interior menurut (Berman & Evans, 2013), yaitu technology, pemilihan warna, harga, jarak perabot, pencahayaan, pemilihan lantai, kebersihan, suhu dalam ruangan serta para pekerjanya.

Keragaman Produk :

Penjual menawarkan berbagai jenis produk dari kumpulan produknya kepada konsumen hal itu dimaksud dengan keragaman produk (Vinci, 2009:84) dalam (Indrasari, 2019:29) Keragaman produk yaitu alur pengendalian dalam perencanaan ragam produk di suatu kelompok. Selain itu terdapat opini lain yang disampaikan (Ma'ruf, 2018:14) bahwa keanekaragaman produk disebut juga dalam (deep) dan lebar (wide).

Adapun indikator keragaman menurut (Engel, 1995) dalam (Indrasari, 2019), yaitu terkait kualitas, luas serta kedalaman produk yang dijual juga tersedianya produk di dalam toko. Bisa disimpulkan bahwasanya keragaman produk ini menyangkut kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran, serta kualitas dan ketersediaan produk tersebut pada toko.

Keputusan Pembelian :

Membeli maupun tak membeli suatu produk atau jasa ialah keputusan yang dibuat oleh pembeli selain itu penting bagi pemasar untuk membuat alternatif pilihan (Schiffma & Kanuk, 2007) dalam (Abdurrahman, 2015). Keputusan pembelian juga sering didefinisikan sebagai tindakan memilih salah satu dari berbagai alternatif yang bisa dipilih, Konsumen diberikan setidaknya 2 pilihan yaitu membeli atau tidak membeli sehingga akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian. Keputusan pembelian merupakan langkah akhir dalam setiap proses pembelian yang dilakukan manusia setelah melalui berbagai tahap awal untuk menentukan apakah mereka akan membeli atau tidak membeli sesuatu.

Adapun beberapa tahapan atau proses dalam keputusan pembelian menurut (Kotler & Armstrong, 2012) dalam (Priansa, 2017), yaitu pengenalan masalah, penilaian produk setelah pembelian, mencari informasi, keputusan membeli serta penilaian alternative.

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan berjenis kuantitatif dimana melalui metode survei kepada para responden. Populasi dan sampel penelitian ini menjadikan para konsumen Gerai Menantea Jl. Bunga Camalia No. 1 Malang sebagai populasi yang akan diteliti. Total populasi yang diambil dalam riset ini berdasarkan jumlah rata – rata jumlah pengunjung selama 3 bulan terakhir yaitu bulan November 2021 – Januari 2022 Menantea Jl. Bunga Camalia No.1 Malang sejumlah 306 orang. Kemudian pengambilan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan cara Slovin dan menemukan hasil sejumlah 75 responden. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik sampling yakni *non probability sampling purposive sampling*. Adapun syarat ketentuan yang ditetapkan untuk riset ini, yaitu pria/wanita dengan usia minimal 17 tahun keatas dan konsumen Menantea Jl. Bunga Camalia No. 1 Malang. Selanjutnya definisi operasional variabel penelitian ini memuat 3 definisi operasional, diantaranya : Desain Interior (X1) dengan memuat 10 indikator, antara lain teknologi, pemilihan lantai, kebersihan, pewarnaan, harga, pencahayaan, variasi product, sarana toko, jarak perabot, suhu udara serta karyawan. Kemudian Keragaman Produk (X2) yang memuat 3 indikator, diantaranya produk yang tersedia di toko, kualitas produk serta luas dan kedalamannya. Dan Keputusan Pembelian (Y) dengan memuat 5 indikator, yakni evaluasi alternatif dan pascapembelian, mengenali masalah, menggali informasi serta keputusan pembelian.

Metode pengumpulan data yang dikumpulkan dalam riset ini dengan metode kuisisioner (angket) dan observasi (pengamatan). Selanjutnya terdapat 7 metode analisa data yang dilakukan untuk menganalisa data dalam penelitian ini yaitu analisa deskriptif, pengujian hipotesis (t dan F), uji validitas dan reliabilitas, coefficient determination (R^2), analisis regresi berganda serta uji asumsi klasik (normalitas, multikolonieritas dan heterokedastisitas).

4. Hasil dan Pembahasan

Pada Uji Validitas, variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Desain Interior (X1), Keragaman Produk (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid. Hasil tersebut terbukti dengan seluruh item pertanyaan di setiap variabel yang mempunyai r hitung melebihi r table (0,227) dengan taraf signifikan $< 0,05$. Sehingga item pada setiap variabel desain interior, keragaman produk serta keputusan pembelian bisa mengukur pengaruh desain interior dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada gerai Menante Jl. Bunga Camalia no.1 Malang. Selanjutnya uji reliabilitas keseluruhan item di variabel penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang melebihi 0,60. Nilai alpha pada variabel Desain Interior sebesar 0,866, nilai alpha pada variabel Keragaman Produk sebesar 0,657 dan nilai alpha pada variabel Keputusan Pembelian yaitu 0,94. Dari hasil yang didapatkan dari masing – masing variabel tersebut dapat disimpulkan bahwa jawaban atau *response* yang diberikan oleh responden *reliable* atau bisa diandalkan Pada Uji Normalitas hasil penelitian menunjukkan bahwasanya data terdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi karena titik – titik data posisinya tersebar di garis diagonal dan mengikut garis diagonalnya. Selanjutnya Uji Multikolinieritas terdapat hasil perhitungan untuk nilai *variance inflation factor* (VIF) dalam variabel Desain Interior (X1) dan Keragaman Produk (X2) besarnya kurang dari 10 (<10), namun memiliki nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 ($>0,01$) yaitu $0,390 > 0,10$. maka dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari permasalahan multikolinieritas. Berdasarkan pada Uji Heteroskedastisitas terlihat bahwa data menyebar diantara sumbu Y (0,2) dan (0,-2) serta polanya tidak membentuk sesuatu, sehingga bisa dikatakan kalau data tersebut bebas dari masa heteroskedastisitas.

Kemudian pada analisis regresi berganda dalam perhitungan yang dilakukan untuk mengindikasi persamaan regresi berganda dalam riset ini dengan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y' = 2,093 + 0,372X_1 + 1,187X_2 + e$$

Dari hasil kedua koefisien regresi X, dapat dilihat bahwa koefisien regresi X2 (Keragaman Produk) yang nilainya paling besar dengan nilai 1.187, sehingga dapat diartikan bahwa X2 (Keragaman Produk) memberikan kontribusi paling besar kepada Y (Keputusan Pembelian).

Selanjutnya Analisis Koefisien Determinasi Nilai adjusted R square yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,609, yang mana kemampuan semua variabel baik variabel X1 (Desain Interior) maupun X2 (Keragaman Produk) dalam menjelaskan variansi variabel Y (Keputusan Pembelian) hanya 0,609 atau 60,9%. Bisa dikatakan juga bahwasanya variabel X1 (Desain Interior) dan X2 (Keragaman Produk) secara simultan memberi pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 60,9%. Sisanya yaitu $100\% - 60,9\% = 39,1\%$ yakni pengaruh dari variabel lainnya yang berada diluar penelitian yang tidak diteliti.

Pada Uji Parsial (t) hasil penelitiannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut, hasil pengujian menunjukkan variabel Desain Interior (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Menantea Jln. Bunga Camalia No.I Malang. Dimana nilai nilai $t_{hitung} 3,479 < t_{table} 1,993$ serta $sig 0,01 > 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima. Hasil pengujian menunjukkan variabel Keberagaman (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen di Gerai Menantea Jl. Bunga Camalia No.1 Malang dimana. Dimana nilai nilai $t_{hitung} 3,686 > t_{table} 1,993$ serta $sig 0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dan kemudian di dalam Uji Simultan (F) hasil penelitian yang sudah diperoleh sebelumnya mendapatkan nilai F_{hitung} positif $58,33 > F_{tabel} 3,12$ serta $F_{sig} 0,05 > 0,00$, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka bisa disimpulkan Desain Interior (X1), Keragaman Produk (X2) memberikan pengaruh positif dan simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Selanjutnya di dalam Pembahasan penelitian ini Desain Interior merupakan hal yang penting untuk dijadikan pertimbangan bagi pemilik gerai atau toko untuk membuat gerai mereka indah dan nyaman untuk

konsumennya saat mengunjungi dan menikmati makanan atau minuman yang dipesannya. Berdasarkan hasil *t test* pada variabel Desain Interior, dibuktikan bahwasanya secara parsial desain interior memberikan pengaruh yang signifikan dalam keputusan pembelian. Adapun item – item dari variabel desain interior yang berkontribusi mempengaruhi keputusan pembelian adalah peralatan, tata cahaya, ramah dan sopan.

Hasil ini didukung oleh riset yang diteliti (Hadi dan Muwaffaq, 2018) mengenai Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Desain Eksterior dan Interior di Tasya Fashion Malang yang jugamemberikan hasil yang baik sehingga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Keragaman dalam sebuah produk penting di pertimbangkan pihak pemilik gerai atau toko, hal ini dapat membuat para konsumen merasa senang dan tidak kebingungan ketika gerai atau toko memiliki produk yang beragam. Pada hasil *t test* variabel Keberagaman Produk dapat dikatakan bahwasanya keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh variabel keragaman produk. Adapun item – item dari variabel keragaman produk yang berkontribusi dalam memberi pengaruh untuk keputusan pembeli yaitu kualitas, ketersediaan serta merek. Hasil penelitian yang diperoleh ini serupa dengan riset yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yakni (Setyani dan Wahyu Abdul, 2021) terkait Keputusan Pembelian para customer di Indomaret Satria Jaya Tambun Utara dipengaruhi Keragaman Produk dimana hasilnya adalah keputusan pembelian tersebut dipengaruhi oleh keragaman produk.

Hasil Penelitian ini juga mendapatkan nilai F hitung positif sehingga dapat diartikan bahwa Desain Interior (X1) dan Keragaman Produk (X2) secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y), kedua variabel tersebut berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian. Sementara itu berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R Adjusted) kemampuan semua variabel baik variabel Desain Interior (X1) dan Keragaman Produk (X2) dalam menjelaskan variansi variabel

Keputusan Pembelian (Y) senilai 0,609 atau 60,9%, sementara sisanya 39,1% adalah pengaruh dari variabel lain diluar riset ini.

5. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Desain Interior dan Keragaman Produk berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada Gerai Menantea Jl. Bunga Camilia No.1 Malang. Hal ini dikarenakan desain interior yang ditampilkan pada gerai sangat menarik, sedangkan keragaman produk pada gerai Menantea juga bermacam – macam dan enak.

Dan berlandaskan hasil pembahasan penelitian yang telah diteliti, terdapat saran yang bisa dijadikan pertimbangan untuk kedai gerai Menantea Jl. Bunga Camilia No.1 Malang ini adalah melakukan peningkatan penjualan dengan memberitahukan kepada konsumen bahwa Menantea memiliki varian ukuran minuman yang beragam, karena berdasarkan hasil kuisioner masih banyak konsumen yang belum mengetahui bahwa Menantea memiliki kemasan minuman selain cup. Kemudian melakukan peningkatan kembali promosi melalui keluarga, dengan cara memberikan potongan harga atau gratis produk pada konsumen yang membeli bersama keluarga. Selain itu untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain agar hasil penelitian yang didapatkan semakin akurat.

6. Daftar Rujukan

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.
- Angelita, A. &. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Keragaman Produk Terhadap Impulse Buying Di Miniso Lippo Plaza Sidoarjo. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 65-68.
- Berman, B., & Evans, &. J. (2013). *Retail Management: A Strategic Approach 13th Edition*. New York: Pearson.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UnitomoPress.
- Juliana, J., & Nirmala, A. &. (2020). Pengaruh Desain Interior Terhadap Minat Pengunjung Di Restoran The Garden Pantai Indah Kapuk. *Cakrawala*

- Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20(1), 28-34.
- Mulyana, M. &. (2015). Influence Of Exterior Design, Interior Design And Atmosphere Store Customer Satisfaction (Case Study At Giant Express Sindang Barang).
- Muwaffaq, A. (2018). Pengaruh Desain Interior Dan Desain Eksterior Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tasya Fashion. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Setyani, T. &. (2021). Pengaruh Store Layout Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Indomaret Satria Jaya Tambun Utara. *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 95-103.
- Wicaksono, & Trisnawati. (2014). *Teori Interior*. Jakarta Timur: Griya Kreasi (Penebar Swadaya Grup).