

PENGARUH MINAT BELI,LOKASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DS CAFE ACEH

Novira Yanti Mulia¹
Arni Utamaningsih²

^{1,2}Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang

¹mnovirayanti@gmail.com,

²arni6965@polinema.ac.id,

Abstrak

Pada pembangunan sebuah bisnis cafe, pemilihan lokasi serta selera gaya hidup dari target konsumen merupakan hal yang harus diperhatikan. Berdasarkan pengamatan, Ds *Cafe Aceh* merupakan cafe yang memiliki desain yang menarik, memiliki fasilitas yang menarik para konsumen, serta lokasi yang dapat terjangkau bagi para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh minat beli, lokasi, serta gaya hidup dari konsumen Ds *Cafe Aceh* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian explanatory dengan metode kuantitatif. Data yang diperoleh berasal dari pembagian kuesioner serta wawancara terhadap 80 responden dari pelanggan Ds *Cafe Aceh*. Data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis korelasi menemukan bahwa kontribusi variable minat beli, lokasi, dan gaya hidup terhadap variable keputusan pembelian sebesar 60,7% sedangkan sisanya berasal dari variable lain yang tidak diteliti. Berdasarkan uji t diperoleh bahwa minat beli dan gaya hidup tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, namun lokasi memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa minat beli, lokasi, serta gaya hidup memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata-kata kunci : minat beli, lokasi, gaya hidup, keputusan pembelian

Abstrack

In the development of a cafe business, location and lifestyle of the target consumers are very important things to consider. Based on observations, Ds Cafe Aceh is a cafe that has an attractive design, facilities that attract consumers, and a reachable location. This study aims to see how much influence of buying interest, location, and lifestyle of Ds Cafe Aceh consumers have on purchasing decisions. This explanatory research was done with quantitative method. The data collected from the distribution of questionnaires and interviews with 80 respondents from customers of Ds Cafe Aceh. The data that has been collected was analysed using multiple linear regression. The results of correlation analysis found that the contribution of buying interest, location, and lifestyle variable to purchase decision variable was 60,7% while the rest contribution came from other variables not examined. Based on the t-test, it is found that buying interest and lifestyle has no partial influence on purchase decision. However, location has partial influence on purchase decision.

Keywords: buying interest, location, lifestyle, purchase decision

1.1. Pendahuluan Latar Belakang

Persaingan bisnis yang terjadi pada saat ini sudah banyak dilakukan oleh pengusaha untuk berbisnis yang akan bersaing dengan pembisnis lainnya dalam berbisnis para pemilik usaha berlomba untuk mendapatkan banyak konsumen dan pemilik usaha berusaha menggunakan taktik dan strategi menampilkan inovasi yang baru agar konsumen yang

berkunjung terasa nyaman saat berada di lingkungan usaha tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah pengaruh minat beli, lokasi dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Ds *Cafe Aceh*

1.3. Tujuan Penelitian

Mengetahui dan menganalisis pengaruh minat beli, lokasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di

Ds *Cafe Aceh*

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai minat beli lokasi dan gaya hidup yaitu sebagai berikut :a. Azizah 2018 Pengaruh minat beli lokasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di cafe perumahan made great residence kota lamongan b. Irdanus 2018 Pengaruh minat beli lokasi, dan gaya hidup terhadap minat beli di cafe apartemen phase 4 ciputra world Surabaya c. Muhammad 2018 Pengaruh minat beli lokasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di soban cafe medan.

2.2. Kajian Teori

2.2.1 Pengertian Minat Beli

Minat beli merupakan tindakan yang dilakukan konsumen saat melakukan pembelian suatu produk berdasarkan pengalamannya saat pemilihan dan dikonsumsi Kotler dan Keller, 2003; dalam Saputra (2017)

2.2.2 Pengertian Lokasi

Menurut owemoneyla & oyeneyi (2013) Lokasi sebagai cara apapun diaman pelanggan dapat memperoleh produk atau menerima layanan sehingga konsumen dapat mengakses nya

2.2.3 Pengertian Gaya Hidup

Menurut Suryani (2013:57) gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya dan memilih produk lainnya ketika memilih alternatif dalam satu kategori jenis produk yang ada.

2.2.4 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (2015:54) menyatakan bahwa: “Keputusan pembelian adalah suatu proses pembelian hal dalam pemilihan atau lebih pada pada pemutusan pembelian barang.”

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian

Menurut Ferdinand (2013) dalam Veronika 2016:24 terdapat 4 indikator pada minat beli yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial Minat eksploratif

2.3.2 Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian

Menurut Adiwinata dan Atmaja (2013) semakin baik dan tepat pengaturan lokasi suatu toko maka semakin tinggi pula pengaruhnya

dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

2.3.3 Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian

Menurut Minor dan Mowen (2012) Gaya hidup adalah bagaimana orang membelanjakan uang nya dan bagaimana mengalokasikan waktu .

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan nya kuantitatif .

3.2. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat air dingin simeulue timur Aceh

3.3. Sampel

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan peneliti dan sampel berjumlah 80 responden.

3.4. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling accidental* .

3.5.Difinisi Operasional Variabel

a. Minat Beli (X1) Menurut Ferdinan (2013 dalam Veronika 2016:24) Minat beli merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan pembelian. Kebutuhan dan keinginan . b. Lokasi (X2) Menurut Tjiptono (2009:190-191 dalam Ali dan Simdani 2018) Lokasi merupakan suatu pertimbangan yang difikirkan oleh pemilik usaha lokasi menjadi salah satu factor penting dalam menentukan keberhasilan c. Gaya Hidup (X3) Menurut Kotler (2011:189 dalam saharu 2016) gaya hidup diartikan bagaimana seseorang menghabiskan waktu dengan 3 prinsip yaitu aktivitas ketertarikan dan opini. d. Menurut Sugiono (2012) keputusan Pembelian di *Ds Cafe Aceh* merupakan serangkaian proses yang dilewati oleh konsumen dalam mengambil suatu keputusan untuk dapat membeli suatu produk

3.5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode kuisisioner,wawancara dan observasi.

3.6. Metode Analisa

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah Data yang akan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi yang merupakan variabel-variabel kuantitatif yang saling independen (Priyatno 2016:92)

3.7. Uji (Validitas, Reliabilitas, t, F, Assumsi Klasik

3.7.1 Uji Validitas

Yusuf (2018) Validitas instrument memperlmasalahkan sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur apa yang hendak di ukur instrumen dikatakan valid saat dapat mengungkapkan data dari variabel secara tepat

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Wahyudin (2020) Suatu Instrumen dikatakan *reliable* apabila instrument tersebut dipergunakan secara berulang akan menunjukkan hasil pengukuran yang sam

3.7.3 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variable bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara parsial (Kuncoro 2013:244) Jika t hitung $>$ T tabel dan T sig $<$ 0,05 bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel bebas.

3.7.4 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan data dan Jika F hitung $>$ F tabel dan F sig $<$ 0,05 yang berarti variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel bebas (Ghozali 2016).

3.7.5 Uji Asumsi Klasik

3.7.5.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) Uji normalitas adalah untuk menguji variabel pengganggu atau residual data mengikuti atau mendekati distribusi normal, jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid.

3.7.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Meurut Ghozali (2011) Uji heteroskedastisitas pada prinsipnya menguji apakah mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas sedangkan jika varians tidak sama dikatakan terjadi heteroskedastisitas

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji seluruh item pertanyaan yang digunakan sebagai alat ukur

variabel minat beli (X1) ,lokasi (X2) Gaya Hidup (X3) dan keputusan pembelian (Y) dikatakan valid.

4.2 Uji Realibilitas

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur item variabel Minat Beli (X1) Lokasi (X2) Gaya Hidup (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel karena nilai koefisien Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,6

4.3 Uji t

Hipotesis untuk X1 nilai t hitung sebesar $1,557 <$ t tabel yaitu $1,66515$ nilai signifikansi $0,124 >$ $0,05$ diperoleh hasil Hipotesis (H1)Minat Beli (X1) secara parsial ditolak .Hipotesis untuk X2 (H2) nilai t hitung sebesar $6,728 >$ t tabel yaitu $1,66515$ dengan nilai signifikansi $0,000 <$ $0,05$ diperoleh hasil Hipotesis (H2) yang menyatakan Lokasi (X2) diterima Hipotesis untuk X3 (H3) nilai t hitung sebesar $1,424 >$ t tabel yaitu $1,66515$ dengan nilai signifikansi $0,158 <$ $0,05$ diperoleh hasil Hipotesis (H3) yang menyatakan Gaya Hidup (X3) ditolak

4.4 Uji F

Nilai F hitung sebesar $39,182$ dan F tabel sebesar $2,72$ yang artinya F hitung $>$ F tabel dan signifikan $0,0000$ yang lebih kecil dari $0,05$ variabel independen Minat Beli (X1) Lokasi (X2) Dan Gaya Hidup (X3) secara bersama-sama simultan.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Model regresi meunjukkan Terlihat bahwa titik-titik data berada disekitar/searah dengan garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi menunjukkan terlihat bahwa titik-titik data menyebar diantara $0,2$ dan $0,-2$ tidak membentuk pola tertentu. Dapat disimpulkan data terdistribusi normal.

4.5.3 Uji Multikolneritas

Nilai VIF $1,757 <$ 10 . Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas didalam variabel bebas

karena variabel-variabel ini tidak saling tergantung.

4.6 Pembahasan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $1,557 < 1,66515$ dengan nilai signifikansi $0,124 > 0,05$ diperoleh hasil penolakan hipotesis yang pertama. Analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan t hitung sebesar $6,728 > t$ tabel yaitu $1,66515$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ diperoleh bahwa hipotesis kedua dapat diterima. Analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan nilai t hitung sebesar $1,424 < 1,66515$ dengan nilai signifikansi $0,158 > 0,05$ dengan demikian hasil penolakan hipotesis yang ketiga. Uji hipotesis nilai F hitung sebesar $39,182$ dan F tabel sebesar $2,72$ yang artinya F hitung $> F$ tabel dan signifikan $0,0000$ yang lebih kecil dari $0,05$ Minat Beli Lokasi dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

5. Simpulan dan saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian yang melakukan pembelian pada *Ds Cafe Aceh* memiliki usia yang masih relatif muda dari kalangan mahasiswa dan memiliki pendapatan relatif lebih rendah.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari peneliti peneliti dapat memberikan saran bagi perusahaan untuk memperbanyak varian produk agar konsumen mampu meningkatkan minat beli terhadap produk yang ditawarkan memperluas lokasi dan memberikan kenyamanan tempat saat dikunjungi oleh konsumen

6. Daftar Rujukan

- Agustina Shinta 2011. *Manajemen Pemasaran* Penerbit UB press
- Agustina Shinta *Manajemen Pemasaran Malang* April 2019, Penerbit Universitas Brawijaya Press
- Bernardus Indry 2018. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 3 Nomor 5 dan Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra, Surabaya

- Fitria 2018. *Jurnal Manajemen Ekonomi Bisnis Sumatra Utara*
- Halim Marisi, Efendi 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa* penerbit yayasan kita menulis
- Journal 2017. of *economica Analysis of the influence of corporate brand image Vol.2 No.1 (image of the company) on Purchase decisions on planet computer* Tasikmalaya
- Kholidah Nur. Muhammad Arifiyanto 2015. *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 7, No. 3
- Miguna Agni, Rizkita Amanda 2012. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Penerbit Deepublish
- Mufarikoh Zainatull 2019. *Statistik Pendidikan* Penerbit CV Jakad Media Pubishing
- Nugroho J Setiadi 2019. *Prilaku Konsumen* Prenada Media Grup
- Sumarwan 2019. *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Riset pemasaran dan konsumen* Penerbit IPB Press
- Suprpto dan M, Azizi 2020. *Buku Manajemen Pemasaran* diterbitkan Myria Publisher
- Swasta basu, Basri 2019. *Modul Pengantar Kewirausahaan, Cv media*.
- Syandu Siyoto & M. Ali 2015. *Dasar Meteologi penelitian* Penerbit Literasi Media Publishing Asep Hermawan & Husna Laila pelitian Bisnis Kuantitatif Penerbit Kencana
- Tatiana Rahmadika 2018. *Aplikasi Bisnis, Adminitrasi Niaga Politeknik Negeri Malang, Jurnal Manajemen Start Up Bisnis* Volume 5, Nomor 3.
- A, Mimi. 2015. *Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Rach Market*. *Jurnal Ekonomi*/Volume XX, No. 01, Maret 20015: 89-102. ISSN: 1410-3583