

PENGARUH DESAIN *INTERIOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Restoran Lavenrice Bengkulu)

Alman Fajar Ramadhan⁽¹⁾ Ratnawili⁽²⁾
⁽¹⁾⁽²⁾Universitas Muhammadiyah Bengkulu
ratnawili@umb.ac.id

ABSTRACT

The title of this research is "The Influence of Interior Design on Consumer Purchasing Decisions (Case Study on Lavenrice Bengkulu Restaurant Consumers)" just in time. This research influences the importance of purchasing decisions, several factors that influence purchasing decisions are Interior Design. This study aims to analyze the influence of interior design on consumer purchasing decisions at the Lavenrice Bengkulu Restaurant. The research method used is a quantitative method with an associative quantitative approach. The population in this study were consumers of the Lavenrice Bengkulu Restaurant. The number of respondents in this study were 110 people. Methods of data collection using observation and questionnaires. Based on the results of simple linear regression, the regression equation form $Y = 11.108 + 0.377 (X1)$ The results of the research and hypothesis testing show that Interior Design is $t_{hit} > t_{table}$ ($6.216 > 1.659$) and ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.050$), this states that there is a significant influence of Interior Design on purchasing decisions at Lavenrice Bengkulu.

Keywords: Interior Design, Purchase Decision

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

Kehidupan di zaman sekarang tidak lepas dari tingginya tingkat aktivitas dan beragamnya tingkat aktivitas yang dilakukan oleh masyarakatnya yang begitu kompleks. Secara tidak langsung hal itu mempengaruhi setiap sisi kehidupan masyarakat perkotaan, baik itu dari bidang politik, tingkat perekonomian semakin tinggi, budaya masyarakatnya yang beragam sampai dengan faktor kemajuan teknologi yang tumbuh dengan cepat.

Sehingga akibatnya adalah masyarakat akan cenderung merasa penat, lelah dan bosan dengan segala aktivitas yang dijalannya secara rutin dan terus menerus. Dengan melihat hal tersebut, dirasakan bahwa sangatlah perlu adanya wadah, sarana dan tempat dimana masyarakat dapat menyalurkan kepenatannya ke dalam bentuk aktivitas yang menghibur dan bersifat rekreasi dan atraktif.

Tempat Makan atau Restoran di daerah sekitar Kota Bengkulu ini sudah semakin berkembang namun tidak memiliki wadah yang sesuai, dan biasa dan dapat menarik minat wisatawan untuk mencicipi serta mengenal lebih jauh tentang makanan – makanan yang ada

dan di produksi oleh Tempat Makan atau Restoran tersebut. Selain itu pembentukan citra dan tema yang baik pada kebutuhan yang akan digunakan oleh para Tempat Makan atau Restoran tersebut juga menjadi faktor penting agar dapat menarik minat para pengunjung dan wisatawan.

Menurut (Ching, 2008) desain *Interior* adalah merencanakan, menata, dan merancang ruang – ruang *Interior* dalam bangunan, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar akan sarana untuk bernaung dan berlindung, menentukan sekaligus mengatur aktivitas, memelihara aspirasi dan mengekspresikan ide, tindakan serta penampilan, perasaan, dan kepribadian.

Desain *Interior* dapat menjadi salah satu solusi untuk memaksimalkan bangunan yang akan digunakan sebagai pelengkap untuk Restoran serta dapat menonjolkan potensi – potensi dan peluang yang dimiliki oleh Restoran tersebut. Desain *Interior* dari Restoran akan mempengaruhi psikolgi dan aktivitas pengunjung dan wisatawan secara langsung. Sehingga diharapkan dapat memberi efek langsung dalam mempengaruhi peningkatan minat masyarakat dan wisatawan untuk berkunjung.

Desain *Interior* saat ini sedang mengalami tekanan yang kuat untuk melakukan perubahan besar dalam metode merancang dan juga melakukan absorpsi teknologi yang cepat agar dapat menghasilkan rancangan yang kontemporer yang berorientasi pada desain hijau (green design), yang lebih tanggap pada isu-isu lingkungan. Desain yang baik selalu dikaitkan dengan estetika dalam mengantisipasi pemanasan global, penghematan energi, dan pengelolaan lingkungan yang lebih bertanggung jawab.

(Tjiptono, 2014) menyatakan dalam keputusan membeli barang seringkali terdapat lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran dan pembelinya. Umumnya terdapat lima peranan yang dapat dilakukan seseorang yaitu initiator, influencer, decider, buyer, dan user

Menurut (Alma, 2013) Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan, process. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Lavenrice restoran menjadi salah satu tempat favorit baru masyarakat Bengkulu untuk mendapatkan pengalaman kuliner terlengkap. Menjadi terlengkap karena masyarakat Bengkulu akan dimanjakan oleh pilihan menu yang lengkap dan berbagai atraksi dan layanan dalam menyajikan makanan serta minuman.

Selain memanjakan konsumen dengan rasa yang nikmat, pelanggan juga akan dimanjakan suasana resto yang klasik modern dengan layanan Fusion Fine Dining dan Keluarga. Bagi pengunjung yang ingin rapat kecil atau ingin menyelesaikan pekerjaan dengan suasana lain, juga disiapkan free wifi dan juga konektor listrik di setiap meja.

Bukan hanya menikmati menu yang nikmat, bukan hanya suasana resto yang membuat nyaman tapi pengunjung masih disajikan atraksi-atraksi yang tidak ditemukan di restoran lain. Pengunjung akan disajikan live cooking juru masak Lavenrice Resto dalam mengolah menu Lamien atau mie Tarik, Italian Pizza dan Dim Sum. Pengunjung akan menyaksikan atraksi tersebut dari balik kaca. Kemudian akan disajikan layanan Manual Brew pada saat memesan kopi berbagai macam varian, mulai dari kopi Gayo, Arabica dll dan juga kopi Bengkulu pastinya. Layanan Manual Brew adalah layanan mengolah kopi sendiri didampingi oleh Barista langsung. Selain menikmati kopi nikmat seduhan sendiri juga akan mendapatkan edukasi mengenai kopi dan terakhir akan menjadi pengalaman tersendiri dalam menikmati sebuah sajian makanan yaitu French Service.

Di atraksi ini pengunjung akan menikmati sensasi dilayani secara langsung oleh chef mulai dari proses pematangan makanan sampai dengan disajikan di meja, di hadapan

pengunjung langsung. Untuk mendapatkan layanan ini pengunjung bisa memesan menu bebek peking atau Premium Steak.

Selain itu pengunjung juga dapat menikmati layanan Banquet atau prasmanan dengan 30 pilihan menu setiap harinya mulai dari Appetizer sampai dengan Dessert dan juga kudapan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 28 Desember 2022 dengan pimpinan restoran lavenrice keputusan pembelian pada restoran lavenrice masih kurang hal ini disebabkan konsumen masih kurang nyaman seperti beberapa tataan kursi dan nomor meja yang kurang tertata rapih dan ketika memesan makanan makanan yang datang cukup lama datangnya. Ruangan serasa panas walau di ruangan terdapat AC kata Arief salah satu konsumen Lavenrice Restoran.. Menurut Fido tidak adanya live music di malam hari membuat suasana kurang menghibur. dan desain *Interior* yang kurang menarik bagi kita yang suka berfoto. ketika datang ke restoran yang sangat di utamakan datang ke restoran pasti yang dilihat pertama untuk datang ke restoran tersebut dari desain *Interiornya*, desaian *Interior* yang ada di lavenrice terlalu tertinggal untuk zaman sekarang karena banyak anak muda yang datang ke restoran hanya untuk bersantai dan berfoto jadi desain *Interior* itu menjadi sangat penting.

METODE

Populasi

Menurut (Sugiyono, 2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi adalah seluruh Konsumen Restoran Lavenrice Bengkulu dalam rentan waktu september 2022 – Februari 2023

Sampel

Sampel adalah sebagian dari subyek dalam populasi yang diteliti, yang sudah tentu mampu secara representatif dapat mewakili populasinya (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Hair et al (2010) penentuan jumlah sampel yang representative yaitu tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10 Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 10 \\ &= 11 \times 10 = 110 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa sampel minimum menggunakan 110 responden. Penelitian ini mengambil jumlah sampel sebanyak 110 responden sampel. Kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu konsumen restoran lavenrice kota bengkulu.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan untuk mendapat informasi terhadap hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta

keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi ini merekam semua hasil wawancara dan keterangan yang diberikan oleh informan.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2013).

Pengukuran variabel penelitian ini dapat menggunakan suatu skala likert. Skala likert menggunakan lima rantangan yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju, maka variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Berikut ini adalah table skala pengukuran yang akan diguakan dalam kuesioner penelitian ini:

Tabel 1
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2013)

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel independen dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dengan dua tujuan sekaligus, pertama menimbulkan penyimpangan antara nilai aktual dan nilai estimasi variabel independen berdasarkan data yang ada (Sugiyono, 2013). Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + e$$

(Sugiyono, 2013)

Dimana:

Y	= Keputusan Pembelian
X ₁	= <i>Desain Interior</i>
a	= konstanta
b ₁ ,	= koefisien regresi x ₁ ,
e	= eror

Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0 < R² < 1). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.
- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.

Uji Hipotesis

Uji Persial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2013).Terkait penelitian ini, apakah setiap variabel bebas yaitu brand yaitu *Desain Interior* mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pealnggan.

Rumus Uji t :

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

t = nilai t-hitung

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel (data pengamat)

Adapun prosedur pengujian yang digunakan, sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan maka H_0 diterima yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Selain itu pengujian ini juga dapat dilakukan dengan melakukan pengamatan nilai signifikan t pada tingkat α (0,05). Analisis didasarkan pada perbandingan antara signifikan t dengan signifikan 0,05. Dasar keputusan yang diambil dalam uji t yaitu :

1. Jika signifikan t < 0,05, maka hipotesis H_0 ditolak. Artinya bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikan t > 0,05, maka hipotesis H_0 diterima. Artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Desain Interior (X)

Pada variabel Desain Interior penilaian dilakukan dengan Lima Pernyataan, Adapun tanggapan responden terhadap variabel Desain Interior adalah pernyataan Volume Musikdi Restoran Lavenrice sudah pas dan enak di dengari yaitu 4.17. Hal ini menunjukkan dengan adanya Live Music yang dilakukan oleh restoran Lavenrice membuat konsumen menjadi nyaman dan betah ketika melakukan pembelian di lavenrice. dan Pernyataan Warna Restoran Lavenrice Sesuai dengan karakteristik restoran memiliki rata-rata terendah yaitu 3.94. Hal ini menunjukkan bahwa warna di restoran lavenrice masih kurang menarik karena hanya warna biasa yang di gunakan yaitu warna putih sehingga kesan aesthetic ketika berfoto menjadikurang Variabel Desain Interior menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,08, menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban responden terhadap desain interior berada pada angka 4,08 maka merujuk pada skala kriteria tanggapan responden (3,40 – 4,19) maka termasuk kategori baik.

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pada variabel Keputusan Pembelian penilaian dilakukan dengan Lima Pernyataan, Adapun tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah pernyataan Saya memperoleh informasi tentang bermacam produk/jasa pada Lavenrice melalui iklan promosi diberbagai media yaitu 4.19. Hal ini menunjukkan iklan yang dilakukan lavenrice sudah berhasil untuk marik jumlah konsumen yang datang. dan Pernyataan Saya memutuskan melakukan pembelian di Restoran Lavenrice karena produk/jasa lebih bagus dan mereknya sangat terkenal. memiliki rata-rata terendah yaitu 3.97. Hal ini menunjukkan bahwa Hal ini menunjukkan ada beberapa makanan dan minuman yang menurut konsumen harganya cukup mahal dan proses pemesanan yang cukup lama. Variabel Keputusan Pembelian menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,07, menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban responden terhadap keputusan Pembelian berada pada angka 4,08 maka merujuk pada skala kriteria tanggapan responden (3,40 – 4,19) maka termasuk kategori baik.

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden desain interior Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lavenrice Bengkulu, Berdasarkan estemasi regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 24,0 For Windows, maka diperoleh tabel dibawah ini :

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linear sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,108	1,499		7,410	,000
	Desain Interior	,377	,061	,513	6,216	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 24,0

Dari perhitungan hasil diatas didapatkan persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 11.108 + 0.377 (X_1)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 11,108 mempunyai arti bahwa apabila variabel Desain Interior dengan nol, maka variabel keputusan pembelian akan tetap yaitu 11,108
2. Koefisien Regresi X, sebesar 0.377 mempunyai makna jika nilai variabel Desain Interiro (X) naik satu satuan maka nilai keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,377.

Hasil Uji Determinasi

Untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan pengaruh variabel bebas *Desain interior* terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y) maka dari perhitungan komputer menggunakan SPSS 24,0 didapatkan uji n determinasi dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,513 ^a	,263	,257	1,949

a. Predictors: (Constant), Desain Interior
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 24,0

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi Adjusted (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.263. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel *Desain Interior* terhadap variabel keputusan pembelian memberikan sumbangan sebesar 0.263 atau 26,3% terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 0.737 atau 73.7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t dapat dilihat pada table sebagai berikut

Tabel 4.
Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,108	1,499		7,410	,000
	Desain Interior	,377	,061	,513	6,216	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 24.0

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hit} dengan t_{tabel} ($n-k$) = $110-2 = 108$ (1.659) setiap variabel sebagai berikut Desain Interior yaitu $t_{hit} > t_{tabel}$ ($6,216 > 1.659$) dan ($sig \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan Desain Interior terhadap keputusan pembelian di Lavenrice Bengkulu.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada, Konsumen Lavenrice Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 110 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh Desain Interior Terhadap Keputusan Pembelian di Lavenrice Bengkulu.

Hasil dari penyebaran kuesioner kepada Lavenrice Bengkulu maka diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dari data tersebut menyatakan bahwa pada konsumen Lavenrice Bengkulu lebih banyak perempuan dari laki - laki. Hal ini dikarenakan perempuan lebih sering berkumpul dengan teman-temannya sehingga salah tujuan mereka yaitu berkunjung di salah satu kafe. Diketahui karakteristik responden berdasarkan usia, dari data tersebut menyatakan bahwa pada konsumen Lavenrice Bengkulu yang paling banyak yaitu umur 21 – 30 tahun. Hal ini Karena di umur tersebut konsumen Lavenrice Bengkulu tergolong usia muda yang rata – rata ingin menikmati suasana yang nyaman untuk berkumpul dengan teman-temanya dan mengikuti trend nongkrong masa kini.

Diketahui karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen Lavenrice Bengkulu yang paling banyak adalah Mahasiswa/Pelajar. Hal ini bisa terjadi karena Mahasiswa/Pelajar lebih sering mempunyai waktu untuk berkumpul dengan teman-temanya sehingga café adalah salah satu pilihan yang tepat.

Adapun Hasil analisis Terhadap variabel Desain Interior (X) pernyataan Volume Musik di Restoran Lavenrice sudah pas dan enak di dengari yaitu 4.17. Hal ini menunjukkan dengan adanya Live Music yang dilakukan oleh restoran Lavenrice membuat konsumen menjadi nyaman dan betah ketika melakukan pembelian di lavenrice. dan Pernyataan Warna Restoran Lavenrice Sesuai dengan karakteristik restoran memiliki rata-rata terendah yaitu

3.94. Hal ini menunjukkan bahwa warna di restoran lavenrice masih kurang menarik karena hanya warna biasa yang di gunakan yaitu warna putih sehingga kesan aesthetic ketika berfoto menjadikurang Variabel Desain Interior menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,08, menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban responden terhadap desain interior berada pada angka 4,08 maka merujuk pada skala kriteria tanggapan responden (3,40 – 4,19) maka termasuk kategori baik.

Adapun hasil analisis penilaian responden Terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pernyataan Saya memperoleh informasi tetang bermacam produk/jasa pada Lavenrice melalui iklan promosi diberbagai media yaitu 4.19. Hal ini menunjukkan iklan yang dilakukan lavenrice sudah berhasil untuk marik jumlah konsumen yang datang. dan Pernyataan Saya memutuskan melakukan pembelian di Restoran Lavenrice karena produk/jasa lebih bagus dan mereknya sangat terkenal. memiliki rata-rata terendah yaitu 3.97. Hal ini menunjukkan bahwa Hal ini menunjukkan ada beberapa makanan dan minuman yang menurut konsumen harganya cukup mahal dan proses pemesanan yang cukup lama. Variabel Keputusan Pembelian menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,07, menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban responden terhadap keputusan Pembelian berada pada angka 4,08 maka merujuk pada skala kriteria tanggapan responden (3,40 – 4,19) maka termasuk kategori baik.

Desain interior memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin ditingkatkan lagi *Desain interior* yang dilakukan perusahaan. dengan mempunyai konsep desain yang bagus seperti adanya Rooftop dengan konsep yang menampilkan akustik dengan pemandangan kota yang menarik membuat konsumen tertarik berlama – lama di Lavenrice Bengkulu. Sedangkan dalam hasil pengujian regresi linear sederhana dalam variabel ini dapat dilihat juga pada *Unstandardized Coefficients* dimana nilai koefisien regresinya sebesar 0,377, Hal ini menunjukkan bahwa *Desain Interior* yang diberikan Lavenrice memberikan pengaruh yang besar dalam peningkatan keputusan pembelian.

Desain Interior yaitu $t_{hit} > t_{tabel}$ ($6,216 > 1.659$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan Desain Interiro terhadap keputusan pembelian di Lavenrice Bengkulu

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Menurut (Suptandar, 1999) desain *Interior* berarti suatu sistem atau cara pengaturan ruang dalam yang mampu memenuhi persyaratan kenyamanan, keamanan, kepuasan kebutuhan fisik dan spiritual bagi penggunaanya tanpa mengabaikan faktor estetika.

Desain Interior mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian karena mempermudah dan membuat konsumen merasa betah. Seperti yang dikemukakan oleh Utami (2012:282) tata ruang toko yang bagus membantu pelanggan mencari dan membeli barang. Terdapat banyak jenis tata ruang yang biasanya digunakan oleh ritel. Hal ini diperkuat dari hasil penelitian (Eka Putra, Asrini, & Veronica, 2022) yang menyatakan bahwa desain *Interior* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang *Desain Interior* terhadap keputusan pembelian lavenrice Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut : Desain Interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Lavenrice Bengkulu. dapat diketahui nilai koefisien determinasi Adjusted (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.263. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel *Desain Interior* terhadap variabel keputusan pembelian memberikan sumbangan sebesar 0.263 atau 26,3% terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 0.737 atau 73.7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Antonia, L. (2022). Pengaruh desain *Interior* & atmosfer restoran terhadap loyalitas pelanggan restoran nilo coffee & croissant. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(7), 1750–1765.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Ching, F. D. . (2008). *Arsitektur: Bentuk, Ruang, Dan Tata Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Dodswort, S. (2009). Chapter 6: The Human Interface in The Fundamental of *Interior Design*. AVA Publishing SA.
- Durvasula, S., & Lysonski, S. (2010). Money, money, money - how do attitudes toward money impact vanity and materialism? - The case of young Chinese consumers. *Journal of Consumer Marketing*.
- Eka Putra, I., Asrini, A., & Veronica, D. (2022). Pengaruh Desain *Interior* Dan Penampilan Karyawan Terhadap Keputusan Pembeli Konsumen Dine & Chat Kafe and Resto Jambi. *Develop*, 6(1), 47–68.
- Imanullah, M., Onsardi, O., Toyib, R., Hidayat, M. T., Wahyudi, I., Abimanyu, A., & Susanto, A. (2021). Pengenalan Website Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Unggulan Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pembelajaran Dan Promosi Sekolah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 4(1), 483-492.
- Juliana, Agatha N, F. (2020). Pengaruh Desain *Interior* Terhadap Minat Pengunjung Di Restoran The Garden Pantai Indah Kapuk20 (1), 28-34 .Retrieved from <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2> Abstrak.Lingkungan. *Cakrawala*, 20(1), 28–34.
- Khanza, M., Toyib, R. T., & Onsardi, O. (2021). Implmentasi Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan Handphone di Toko Mardha Cell. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(2), 221-235.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Onsardi, O., Muntahanah, M., & Toyib, R. (2020). Penerpan Algoritma Binary Search Dalam Pencarian Data Potensi Investasi Di Kabupaten Seluma Dengan Smartphone. *Jsai (Journal Scientific And Applied Informatics)*, 3(3), 129-136.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Rahmawati, R., & Onsardi, O. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, Pp. 23-29).
- Sanjaya, A. B. (2022). Pengaruh Pelayanan , Lokasi Dan Desain *Interior* Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Latansa Bengkulu. *Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 3(2), 213–223.

- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Setiawan, B., & Haryadi. (2010). *Arsitektur, lingkungan dan perilaku*. Yogyakarta: Gajah Mada University Perss.
- Siregar, M. F. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Café Shelter 1 Coffee Jalan Jamin Ginting Medan).
- Sitorus, O. T. (2022). Pengaruh Desain *Interior* Restoran Terhadap Kepuasan Tamu Di Restoran Sutomo Café Pada Putra Mulia Hotel. *Nigawan*, 11(3), 293–305.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.