

Pengaruh *Store Atmosphere* Interior Kafe Terhadap Minat Beli Pada Kafe My Kopi-O! Malang

Nenchi Rana Mustika¹ dan Herry Santosa²

¹ Mahasiswa Program Sarjana Arsitektur, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

² Dosen Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

Alamat Email penulis: nenchiranamustika@gmail.com

ABSTRAK

Kota Malang memiliki tingkat bisnis kafe kuliner yang memiliki kenaikan dari tahun ke tahun. Kuliner tidak hanya sebagai pemenuhan primer tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Kegiatan makan atau minum ditempat kafe telah bergeser menjadi aktivitas untuk melakukan pertemuan atau berkumpul dan menikmati suasana serta dapat mengabadikan momen di kafe tersebut. Hal tersebut dapat memberikan peluang bagi pengusaha dalam bisnis kuliner untuk dapat menyediakan fasilitas serta menciptakan suasana kafe yang baik pada kafe. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *general interior* terhadap minat beli pada kafe My Kopi O! Malang dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif-kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 105 pengunjung Kafe My Kopi O! dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *general interior* yang paling berpengaruh khususnya pada aspek tekstur dinding. *General interior* memiliki pengaruh terhadap minat beli sebesar 57,5% dan sisanya sebesar 42,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, *General Interior*, Minat Beli, Kafe, Deskriptif-kuantitatif

ABSTRACT

Malang City has a culinary cafe business level that increased from year to year. Culinary is not only a fulfillment of primary but has become part of the lifestyle of the community. Eating or drinking activities in a cafe has shifted into activities for meetings or gatherings and enjoy the atmosphere and can capture the moment at the cafe. This can provide opportunities for entrepreneurs in the culinary business to be able to provide facilities and create a good cafe atmosphere at the cafe. The purpose of this study was to find out how the influence of the general interior on purchase intention in My Kopi O! Malang using multiple linear regression analysis. This study used descriptive-quantitative method. Respondent sample in this study taken from 105 Cafe visitors My Kopi O! by using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The results of this study indicate that the general interior is the most influential especially in the aspect of wall texture. General interior has an influence on purchase intention of 57.5% and the remaining 42.5% is influenced by other factors.

Keywords: Store Atmosphere, General Interior, Purchase Intention, Café, Descriptive-quantitative