

## ABSTRAK

### PENGARUH LOKASI DAN SUASANA CAFE TERHADAP MINAT PELANGGAN PADA COFFEE SHOP “OMAH DJAWA” KABUPATEN NGANJUK

**Alfrado Sitanggung**

**Email. tgbnatan@gmail.com**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri*

Dosen Pembimbing : Dr. Drs. Budi Rahayu, M.M  
Desi Kristanti, SE, MM

Menurut Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Nganjuk pertumbuhan usaha mikro kecil menengah di Indonesia akhir-akhir ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Ada banyak badan usaha yang bergerak dibidang usaha kreatif seperti dalam kategori yang ditetapkan dalam badan ekonomi kreatif (bekraf) salah satunya adalah coffe shop. Coffee shop merupakan usaha kreatif local yang saat ini banyak digeluti pengusaha diberbagai daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial maupun secara simultan pengaruh positif dan signifikan faktor lokasi dan suasana cafe terhadap minat pelanggan. Hipotesis diduga Lokasi dan Suasana cafe secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap minat pelanggan pada Coffee Shop Omah Djawa Nganjuk. Penelitian dilakukan secara sengaja (purposive), yaitu pada Coffe Shop Omah Djawa yang berlokasi di Jl. Nakula, Takat, Kampungbaru, Kec. Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Penelitian dilakukan mulai bulan Februari 2023 sampai dengan bulan April 2023. Penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan teori Lemeshow, sehingga dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 100 orang responden.

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Hipotesis  $H_1$  variabel lokasi ( $X_1$ ) ditolak, karena dari hasil uji t secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat pelanggan Coffee Shop Omah Djawa. Hipotesis  $H_2$  secara parsial diterima, dimana variabel suasana cafe ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat pelanggan atau konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di Coffee Shop Omah Djawa di Desa Kampungbaru Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. Hipotesis  $H_3$  diterima, dimana variabel lokasi ( $X_1$ ) dan suasana cafe ( $X_2$ ) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam pembelian makanan dan minuman di Coffee Shop Omah Djawa di Desa Kampungbaru Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

**Kata Kunci:** lokasi dan atmospher cafe minat pelanggan coffee shop

## ABSTRACT

### **THE INFLUENCE OF CAFE LOCATION AND ATMOSPHERE ON CUSTOMER INTEREST IN COFFEE SHOP “OMAH DJAWA” KABUPATEN NGANJUK**

**Alfrado Sitanggang**

**Email. tgbnatan@gmail.com**

*Faculty of Economics and Bisnies University of Kadiiri*

Lecturer : Dr. Drs. Budi Rahayu, M.M  
Desi Kristanti, SE. MM

According to the Department of Labor, Cooperatives and Micro Enterprises, Nganjuk Regency, the growth of micro, small and medium enterprises in Indonesia has recently increased quite significantly. shop. Coffee shops are local creative businesses that are currently being worked on by many entrepreneurs in various regions. This study aims to determine partially or simultaneously the positive and significant influence of the location and atmosphere of the cafe on customer interest. The hypothesis is that the location and atmosphere of the cafe partially and simultaneously have a positive effect on customer interest in the Omah Djawa Nganjuk Coffee Shop. The research was carried out purposively, namely at the Omah Djawa Coffe Shop located on Jl. Nakula, Takat, Kampungbaru, Kec. Tanjunganom, Nganjuk Regency, East Java. The research was conducted from February 2023 to April 2023. Determining the sample size of the population used the Lemeshow theory, so that in this study a sample of 100 respondents was used.

From the results of the research and discussion in this study, it can be concluded that the H1 location variable hypothesis (X1) is rejected, because the results of the t-test partially have no effect on customer interest in Coffee Shop Omah Djawa. The H2 hypothesis is partially accepted, where the cafe atmosphere variable (X2) has a significant effect on customer or consumer interest in purchasing food and drinks at the Omah Djawa Coffee Shop in Kampungbaru Village, Tanjunganom District, Nganjuk Regency. Hypothesis H3 is accepted, where the location variable (X1) and cafe atmosphere (X2) simultaneously (together) have a positive and significant effect on customer interest in purchasing food and drinks at the Omah Djawa Coffee Shop in Kampungbaru Village, Tanjunganom District, Nganjuk Regency.

**Keywords:** location and cafe atmosphere coffee shop customer interests