MUSYTARI
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026
ISSN : 3025-9495

PENGARUH DESAIN INTERIOR DAN KEBERSIHAN LINGKUNGAN TERHADAP DAYA TARIK KONSUMEN DI KANTIN BIZPARK SEDAYU CAKUNG

[1]Dimas Ramadhan Saputra, [2]Neng Siti Komariah, [3]M. Fadhli Nursal
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: gtwewjr@gmail.com

neng.siti@dsn.ubharajaya.ac.id

fadhli.nursal@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain interior terhadap daya tarik konsumen, pengaruh kebersihan lingkungan terhadap daya tarik konsumen, serta pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap daya tarik konsumen di Kantin Bizpark Sedayu Cakung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling. Sampel penelitian berjumlah 110 responden yang merupakan konsumen Kantin Bizpark Sedayu Cakung dan telah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain interior dan kebersihan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap daya tarik konsumen. Desain interior memiliki koefisien regresi 0,211 dengan nilai t hitung 3,637 dan signifikansi 0,000. Kebersihan lingkungan memiliki koefisien regresi 0,371 dengan nilai t hitung 5,823 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel menghasilkan F hitung 126,180 dengan signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,697 menunjukkan bahwa 69,7% variasi daya tarik konsumen dapat dijelaskan oleh desain interior dan kebersihan lingkungan, sedangkan 30,3% dijelaskan faktor lain di luar model.

Article history
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

ISSN : 3025-9495

Kata kunci: desain interior, kebersihan lingkungan, daya tarik konsumen, kantin, perilaku konsumen.

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of interior design on consumer attraction, the effect of environmental cleanliness on consumer attraction, and the simultaneous effect of both variables on consumer attraction at the Bizpark Sedayu Cakung Canteen. The study used a descriptive quantitative approach with purposive sampling. The sample consisted of 110 respondents who were consumers of the Bizpark Sedayu Cakung Canteen and had made purchases more than once. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 22. The results show that interior design and environmental cleanliness have positive and significant effects, both partially and simultaneously, on consumer attraction. Interior design has a regression coefficient of 0.211, with a t value of 3.637 and a significance value of 0.000. Environmental cleanliness has a regression coefficient of 0.371, with a t value of 5.823 and a significance value of 0.000. Simultaneously, the two variables produce an F value of 126.180 with a significance value of 0.000. The Adjusted R^2 of 0.697 indicates that 69.7% of the variation in consumer attraction can be explained by interior design and environmental cleanliness, while 30.3% is explained by other factors outside the model.

Keywords: interior design, environmental cleanliness, consumer attraction, canteen, consumer behavior.

1. Pendahuluan

Sektor kuliner Indonesia berkembang pesat, terutama di kawasan industri dan pusat bisnis. Pertumbuhan sektor makanan dan minuman menciptakan peluang sekaligus meningkatkan persaingan antar pelaku usaha. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha tidak cukup hanya mengandalkan produk. Mereka juga perlu memperhatikan kondisi fisik tempat usaha yang dapat diamati dan dinilai langsung oleh konsumen.

Desain interior menjadi salah satu elemen yang dapat membentuk persepsi awal konsumen. Dalam konteks kantin dan food court, desain mencakup tampilan papan nama, warna, dekorasi, tata letak area penyajian, pencahayaan, identitas visual, dan kesesuaian tema.

ISSN : 3025-9495

Lingkungan fisik yang tertata dapat memperkuat identitas usaha dan meningkatkan ketertarikan konsumen.

Kebersihan lingkungan juga menjadi faktor penting dalam pengalaman konsumen. Kebersihan meja penyajian, peralatan saji, lantai, pengelolaan sampah, cara penyajian makanan, perlindungan produk, sirkulasi udara, dan kondisi bebas dari bau tidak sedap dapat membentuk rasa nyaman dan kepercayaan konsumen.

Kantin Bizpark Sedayu Cakung berada di kawasan industri dan memiliki lebih dari 15 tenant aktif dengan karakteristik desain dan kondisi lingkungan yang berbeda. Skripsi menunjukkan bahwa tenant dengan tampilan lebih modern, tertata, dan estetis cenderung memiliki kepadatan antrean lebih tinggi. Tenant dengan lingkungan yang bersih juga lebih diminati. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya faktor nonproduk dalam membentuk daya tarik konsumen.

Penelitian terdahulu telah membahas desain interior, kebersihan, store atmosphere, minat kunjungan, dan keputusan pembelian. Namun, penelitian yang menguji desain interior dan kebersihan lingkungan secara simultan terhadap daya tarik konsumen dalam konteks kantin food court kawasan industri masih terbatas. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah tersebut dan memberikan bukti empiris pada konteks Kantin Bizpark Sedayu Cakung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menguji tiga hipotesis: H1 desain interior berpengaruh terhadap daya tarik konsumen; H2 kebersihan lingkungan berpengaruh terhadap daya tarik konsumen; dan H3 desain interior dan kebersihan lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap daya tarik konsumen.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Daya Tarik Konsumen

Daya tarik konsumen dipahami sebagai minat dan kecenderungan konsumen untuk memilih, mengunjungi, dan melakukan pembelian pada suatu stand. Dalam penelitian ini, daya tarik konsumen diukur melalui minat kunjungan, frekuensi kunjungan, dan preferensi pemilihan stand. Daya tarik juga dapat terbentuk melalui evaluasi konsumen terhadap berbagai atribut tempat usaha, termasuk tampilan fisik, kebersihan, kenyamanan, dan citra.

2.2 Desain Interior

Desain interior merupakan elemen fisik yang mencerminkan identitas visual usaha dan berfungsi sebagai komunikasi nonverbal kepada konsumen. Variabel ini mencakup aspek eksterior, interior, dan identitas merek. Indikator yang digunakan meliputi tampilan papan nama, warna eksterior, dekorasi visual luar, penataan area penyajian, pencahayaan, keserasian warna interior, keunikan visual, dan kesesuaian tema.

ISSN : 3025-9495

2.3 Kebersihan Lingkungan

Kebersihan lingkungan merupakan kondisi fisik area tempat makan yang bebas dari kotoran, sisa makanan, sampah, dan kondisi lain yang dapat mengganggu kenyamanan konsumen. Dalam penelitian ini, kebersihan lingkungan meliputi kebersihan meja penyajian, peralatan saji, lantai sekitar stall, pengelolaan sampah, cara penyajian makanan, perlindungan produk, sirkulasi udara, dan bebas bau tidak sedap.

2.4 Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Model penelitian menempatkan Desain Interior (X1) dan Kebersihan Lingkungan (X2) sebagai variabel independen serta Daya Tarik Konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, penelitian mengajukan H1, H2, dan H3 sebagaimana dirumuskan pada bagian pendahuluan.

3. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian adalah konsumen Kantin Bizpark Sedayu Cakung. Sampel dipilih dengan purposive sampling berdasarkan kriteria: pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali, berusia lebih dari 20 tahun, serta laki-laki atau perempuan. Jumlah sampel adalah 110 responden berdasarkan 22 indikator dikalikan lima.

Data penelitian berupa data kuantitatif yang diperoleh dari sumber primer melalui kuesioner. Instrumen menggunakan skala Likert 1 sampai 5. Variabel Desain Interior (X1) terdiri atas 8 indikator, Kebersihan Lingkungan (X2) terdiri atas 8 indikator, dan Daya Tarik Konsumen (Y) terdiri atas 6 indikator.

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 22. Pengujian meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Instrumen

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh butir pernyataan valid. Nilai r tabel pada 110 responden adalah 0,187. Nilai r hitung seluruh item berada di atas r tabel, sehingga seluruh instrumen dapat digunakan dalam analisis.

Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam penelitian.

ISSN : 3025-9495

4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,325 dan VIF sebesar 3,080 pada kedua variabel independen. Nilai tersebut memenuhi kriteria sehingga tidak ditemukan gejala multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menunjukkan signifikansi Desain Interior sebesar 0,948 dan Kebersihan Lingkungan sebesar 0,168. Kedua nilai lebih besar dari 0,05 sehingga model tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Scatterplot juga menunjukkan penyebaran titik secara acak.

4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	6,054	1,181	-	5,125	0,000
Desain Interior	0,211	0,058	0,337	3,637	0,000
Kebersihan Lingkungan	0,371	0,064	0,539	5,823	0,000

Persamaan regresi yang terbentuk adalah Y = 6,054 + 0,211X1 + 0,371X2 + e. Koefisien positif menunjukkan bahwa peningkatan desain interior dan kebersihan lingkungan berkaitan dengan peningkatan daya tarik konsumen. Koefisien kebersihan lingkungan lebih besar daripada koefisien desain interior dalam model regresi.

4.4 Uji Hipotesis

Hipotesis	Hasil Pengujian	Keputusan
H1 Desain Interior → Daya Tarik Konsumen	t = 3,637; Sig. = 0,000 < 0,05	Diterima
H2 Kebersihan Lingkungan → Daya Tarik Konsumen	t = 5,823; Sig. = 0,000 < 0,05	Diterima
H3 X1 dan X2 → Daya Tarik Konsumen	F = 126,180; Sig. = 0,000 < 0,05	Diterima

Hasil uji t menunjukkan Desain Interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Konsumen. Hasil ini mendukung H1. Semakin baik tampilan papan nama, warna, dekorasi, penataan area penyajian, pencahayaan, identitas visual, dan kesesuaian tema, semakin tinggi daya tarik konsumen.

Kebersihan Lingkungan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Konsumen. Hasil ini mendukung H2. Kondisi meja, peralatan saji, lantai, pengelolaan sampah, penyajian makanan, perlindungan produk, sirkulasi udara, dan bebas bau tidak sedap berperan dalam membentuk persepsi positif konsumen.

ISSN : 3025-9495

Uji F menunjukkan bahwa Desain Interior dan Kebersihan Lingkungan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Konsumen. Hasil ini mendukung H3. Kedua variabel tersebut secara bersama-sama menjelaskan variasi daya tarik konsumen.

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,697 menunjukkan bahwa 69,7% variasi Daya Tarik Konsumen dapat dijelaskan oleh Desain Interior dan Kebersihan Lingkungan. Sebesar 30,3% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

4.5 Pembahasan

Temuan penelitian memperkuat hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas desain fisik dapat memengaruhi respons konsumen. Ramadhan dan Ratnawili (2024) menemukan pengaruh positif dan signifikan desain interior terhadap keputusan pembelian. Cavine dan Kusumaningrum (2024) serta Lintong dan Fachrani (2025) juga menemukan pengaruh desain interior terhadap minat kunjungan.

Hasil kebersihan lingkungan konsisten dengan temuan Mentu (2023), Ilmiyah et al. (2025), dan Nopita et al. (2026) yang menunjukkan bahwa kebersihan berkaitan dengan perilaku konsumen. Dalam konteks penelitian ini, kebersihan lingkungan diposisikan lebih spesifik sebagai kondisi fisik area stall yang dapat diamati konsumen.

Pengaruh simultan kedua variabel menunjukkan bahwa daya tarik konsumen tidak hanya berkaitan dengan satu atribut. Desain interior memberikan stimulus visual, sedangkan kebersihan lingkungan membentuk kenyamanan dan kepercayaan. Kombinasi keduanya dapat meningkatkan daya tarik konsumen pada Kantin Bizpark Sedayu Cakung.

5. Kesimpulan dan Saran

Penelitian menyimpulkan bahwa Desain Interior berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Konsumen. Kebersihan Lingkungan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Konsumen. Selanjutnya, Desain Interior dan Kebersihan Lingkungan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Konsumen. Nilai Adjusted R^2 sebesar 69,7% menunjukkan kontribusi penjelasan model yang cukup besar.

Pengelola Kantin Bizpark Sedayu Cakung disarankan mempertahankan kebersihan lingkungan dan meningkatkan kualitas desain interior tenant. Perbaikan dapat diarahkan pada keterbacaan signage, keserasian warna, penataan area penyajian, pencahayaan, identitas visual, pengelolaan sampah, kebersihan peralatan, serta kondisi udara dan aroma. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel lain seperti kualitas makanan, pelayanan, harga, kenyamanan, atau customer experience.

ISSN : 3025-9495

Daftar Pustaka

Agnes Ayu Arianda, Rafidah Rafidah, & Muhammad Orinaldi. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana Toko (Store Atmosphere) terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Riset Manajemen, 2(3), 81–97.

Alfioni, L. R., et al. (2025). Penelitian tentang kebersihan dan pemilihan tempat makan.

Cavine, & Kusumaningrum. (2024). Penelitian tentang pengaruh desain interior terhadap minat kunjungan konsumen di Restoran Hey Beach Pluit Jakarta.

Fajriyah, et al. (2025). Penelitian tentang kebersihan dan keputusan pembelian pada UMKM kuliner.

Ilmiyah, et al. (2025). Penelitian tentang kebersihan dan keputusan pembelian di pasar malam.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). Literatur pemasaran dan lingkungan fisik tempat usaha.

Lintong, & Fachrani. (2025). Penelitian tentang desain interior dan minat kunjungan di Cafe D'Sultan Banggai Laut.

Mentu. (2023). Penelitian tentang kebersihan dan keputusan pembelian pada Rumah Makan Midal Tanta Rosye Tomohon.

Nopita, et al. (2026). Penelitian tentang kebersihan lingkungan dan minat kunjungan wisatawan.

Ratnasari, & Adriati. (2025). Penelitian tentang tata letak, estetika visual, dan minat kunjungan konsumen.

Ramadhan, & Ratnawili. (2024). Penelitian tentang desain interior dan keputusan pembelian di Restoran Lavenrice Bengkulu.

Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif.

Catatan: Draft ini disusun berdasarkan isi skripsi yang tersedia. Detail bibliografi setiap referensi perlu disesuaikan kembali dengan daftar pustaka final skripsi sebelum artikel dikirim ke jurnal.