

## Pengaruh Minat Pengunjung Penghuni Alloggio Terhadap Padang Sinar Minang Alloggio

Kevin<sup>1</sup>, Messya Wijayanti Sungoro<sup>2</sup>, Velicya Tarisha Cheung<sup>3</sup>, Jessica Natania Vinata<sup>4</sup>, Cheryl Jesslyn Waisa<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Pradita University, Tangerang

kevin.1@student.pradita.ac.id<sup>1</sup>, messya.wijayanti@student.pradita.ac.id<sup>2</sup>,  
velicya.tarisha@student.pradita.ac.id<sup>3</sup>, Jessica.natania@student.pradita.ac.id<sup>4</sup>,  
cheryl.jesslyn@student.pradita.ac.id<sup>5</sup>

### Abstract

*Padang Sinar Minang Restaurant is a culinary business that is quite busy with visitors from the Alloggio cluster. Therefore, this research aims to investigate the influence of Alloggio visitors' interest in Padang Sinar Minang Alloggio Restaurant. To conduct this research, a qualitative research method was used with data collection through questionnaires. Data was collected from a research sample of 56 respondents living in the Alloggio cluster. The findings show that there is high buying interest from visitors to Alloggio residents towards the Padang Sinar Minang Alloggio Restaurant. This high buying interest is demonstrated by the frequency of consumer purchases, which at least once a week make a purchase at the Padang Sinar Minang Alloggio Restaurant. The main factors that influence this interest are price and taste (80.4%) where consumers think that the Padang cuisine offered has an appropriate price and taste. The higher the consumer's buying interest, the greater the interest of visitors from Alloggio residents to make purchasing decisions at the Padang Sinar Minang Alloggio Restaurant.*

### Kata Kunci:

Minat  
Keputusan Pembelian  
Pengunjung Penghuni Alloggio  
Padang Sinar Minang Alloggio

### Abstrak

Rumah Makan Padang Sinar Minang menjadi bisnis kuliner yang cukup ramai dikunjungi oleh pengunjung penghuni Alloggio kluster. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh minat pengunjung Alloggio terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio. Untuk melakukan penelitian ini, digunakan metode penelitian berjenis kualitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Data dikumpulkan dari sampel penelitian yaitu sebanyak 56 responden penghuni kluster Alloggio. Adapun hasil temuan menunjukkan bahwa terdapat minat beli yang tinggi dari pengunjung penghuni Alloggio terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio. Minat beli yang tinggi ini ditunjukkan melalui frekuensi pembelian konsumen yang dalam setiap minggunya minimal 1x melakukan pembelian di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio. Faktor utama yang berpengaruh terhadap minat ini adalah harga dan rasa (80,4%) dimana konsumen menganggap bahwa masakan padang yang ditawarkan memiliki harga dan cita rasa yang sesuai. Semakin tinggi minat beli konsumen, maka ketertarikan pengunjung penghuni Alloggio untuk melakukan keputusan pembelian terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio semakin meningkat.

*Corresponding Author:*

Messya Wijayanti Sungoro  
Pariwisata  
Pradita University  
messya.wijayanti@student.pradita.ac.id

---

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis pada era globalisasi menjadikan persaingan dalam bidang bisnis dan usaha semakin ketat. Berbagai jenis bisnis berupaya keras dalam melakukan pemasaran produk maupun jasanya agar tetap diterima di pasaran. Salah satu bidang bisnis yang memiliki persaingan ketat yaitu bisnis kuliner. Di era saat ini, bisnis kuliner menjadi tren di kalangan masyarakat mengingat kuliner khususnya makanan merupakan kebutuhan utama bagi manusia. Pangan yang menjadi kebutuhan utama manusia, menjadikan berbagai jenis usaha kuliner semakin marak yang mengakibatkan tingginya persaingan di bidang kuliner. Para pedagang kuliner harus mampu menunjukkan inovasinya dalam pemasaran sehingga memiliki daya kompetitif yang lebih tinggi. Semakin tinggi tingkat kepadatan penduduk di suatu wilayah, maka semakin tinggi juga peluang bisnis kuliner di wilayah tersebut (Ibrahim & Afif, 2020).

Rumah makan atau restoran sebagai salah satu bidang bisnis kuliner memiliki beberapa pertimbangan dalam operasionalnya, terutama berkaitan dengan upaya menyesuaikan kebutuhan konsumen dalam membeli makanan. Rumah makan memiliki kecenderungan untuk didirikan pada wilayah-wilayah dengan aktivitas masyarakat yang tinggi sebagai sentra bisnis misalnya di sekitar universitas, perkantoran, tempat wisata, dan wilayah lainnya yang memiliki kebutuhan akan konsumsi makanan yang tinggi. Adapun salah satu bisnis rumah makan yang hampir digemari oleh berbagai kalangan masyarakat di berbagai lokasi yaitu masakan padang. (Herdiansah et al., 2020) menyebutkan jika bisnis masakan padang termasuk bisnis kuliner yang sering dijumpai di Indonesia pada berbagai wilayah mengingat menu masakan padang digemari oleh banyak orang sebagai pilihan dalam memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari. Hal ini menjadikan, bisnis rumah makan padang tidak hanya dijumpai di wilayah Sumatera Barat melainkan banyak perantau yang membuka dan menjalankan bisnis masakan padang ini pada sejumlah titik lokasi strategis yang memiliki peluang tinggi untuk laris.

Rumah Makan Padang Sinar Minang merupakan salah satu restoran yang berada di Ruko Alloggio. Rumah makan ini berdiri dengan pertimbangan lokasi yang strategis untuk memenuhi kebutuhan kuliner bagi penghuni Alloggio dengan menyediakan makanan khas Padang. Alloggio merupakan kluster perumahan yang lokasinya tidak jauh dari perguruan tinggi, dan tempat komersial dengan fasilitas yang sangat lengkap di dalamnya. Alloggio termasuk kompleks perumahan modern dengan semua fasilitas yang diperlukan oleh mahasiswa. Berdasarkan observasi awal diketahui bahwa Rumah Makan Padang Sinar Minang di kluster Alloggio selalu ramai oleh pembeli setiap harinya. Pengunjung penghuni Alloggio sering berkunjung dan membeli makanan di rumah makan padang tersebut. Dari sinilah peneliti memiliki ketertarikan untuk menganalisis lebih lanjut terkait minat pengunjung penghuni Alloggio terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Minat Pengunjung Penghuni Alloggio terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio”. Penelitian ini akan mengungkap bagaimana gambaran minat pengunjung penghuni Alloggio terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio dan seberapa besar minat pengunjung dan penghuni Alloggio dalam mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian makanan di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Minat Pengunjung Penghuni Alloggio terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio”. Penelitian ini akan mengungkap bagaimana gambaran minat pengunjung penghuni Alloggio terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio dan seberapa besar minat pengunjung dan penghuni Alloggio dalam mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian makanan di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kualitatif. Data penelitian berupa data yang didapatkan secara langsung di lokasi penelitian yaitu Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio yang berlokasi di Ruko Alloggio Barat, No. 5. Jl. Permata Medang, Gading Serpong, Serpong, Tangerang. Adapun subjek penelitian ini yaitu pengunjung penghuni cluster Alloggio. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara yaitu observasi atau pengamatan langsung di lokasi penelitian dan melalui kuesioner. Kuesioner dalam bentuk Google Form dijadikan instrumen untuk mengumpulkan data terkait minat pengunjung penghuni Alloggio terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio. Adapun responden dalam penelitian ini

yaitu sebanyak 56 responden yang menjadi pengunjung dan penghuni Rumah Makan Padang Sinar Minang dan melakukan pengisian data penelitian sehingga disebut sebagai sampel penelitian.

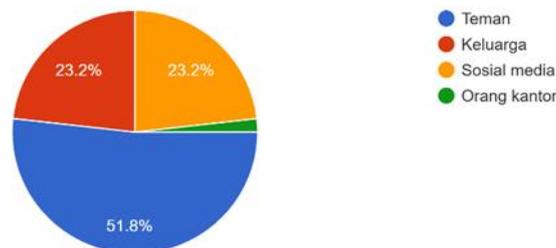
### 3. PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan terhadap 56 orang responden yang seluruhnya menjadi penghuni cluster Alloggio Gading Serpong. Dari 56 orang tersebut terdapat 2 orang atau 3.6% berusia 18 tahun, 14 orang atau 25% berusia 19 tahun, 8 orang atau 14,3% berusia 21 tahun, 5 orang atau 8.9% berusia 22 tahun, 1 atau 1,8% berusia 23 tahun, 3 orang atau 5,4% berusia 24 tahun, 3 orang atau 5.4% berusia 25 tahun, 1 orang atau 1.8% berusia 26 tahun dan sisanya 1 orang lebih dari 26 tahun.

Hasil penelitian berdasarkan kuesioner juga menunjukkan jika penghuni cluster Alloggio Gading Serpong mayoritas berstatus sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 87,5% dan terdapat pekerja dalam persentase yang lebih sedikit yaitu 12,5%. Adapun dari responden yang merupakan mahasiswa tersebut berasal dari berbagai universitas seperti Pradita University, UMN, Matana University, Binus, UKI, dan sisanya sudah bekerja.

Gambaran minat pengunjung penghuni Alloggio terhadap rumah makan padang Sinar Minang ditunjukkan melalui beberapa hasil kuesioner yang akan ditunjukkan sebagai berikut.

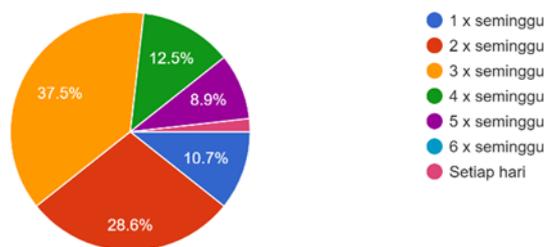
Darimana anda mengetahui Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio ?  
56 responses



Gambar 1. Cara Pengunjung Mengetahui Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio

Berdasarkan hasil kuesioner yang ditunjukkan pada Gambar 1 diketahui bahwa sebanyak 51,8% penghuni Alloggio mengetahui Rumah Makan Padang Alloggio dari teman, 23,2% mengetahui dari sosial media, 23,2% dari keluarga, dan sisanya mengetahui dari orang kantor.

Seberapa sering anda mengunjungi dan membeli makanan di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio? (Dalam kurun 1 minggu)  
56 responses



Gambar 2. Frekuensi Berkunjung di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio

Berdasarkan Gambar 2 diketahui bahwa dalam kurun 1 minggu sebanyak 37,5% atau 21 orang penghuni cluster Alloggio berkunjung dan membeli makanan di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio dalam waktu 3x seminggu, sebanyak 28,6% atau 16 orang penghuni berkunjung dan membeli makanan di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio dalam waktu 2x seminggu, sebanyak 12,5% atau 7 orang berkunjung dan membeli makanan di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio dalam waktu 4x seminggu, sebanyak 8,9% atau 5 orang penghuni berkunjung dan membeli makanan di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio dalam waktu 5x dalam seminggu, dan terdapat 1,8% atau 1 orang yang berkunjung dan membeli makanan di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio setiap hari. Hasil ini

menunjukkan bahwa penghuni cluster Alloggio hampir setiap minggunya pasti mengunjungi Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio dengan frekuensi 1x hingga 7x setiap minggu sehingga berarti bahwa penghuni Alloggio memiliki minat yang tinggi terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian makanan di tempat tersebut.

Adapun minat dan ketertarikan yang tinggi terhadap Padang Sinar Minang Alloggio dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang akan ditunjukkan melalui Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Faktor yang Berpengaruh Pada Minat Penghuni Alloggio terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio

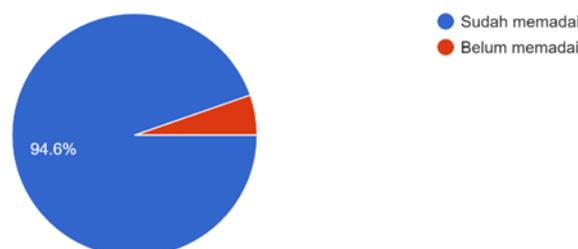
Berdasarkan hasil temuan tersebut, diketahui bahwa penghuni Alloggio memiliki minat yang tinggi untuk mengunjungi dan membeli makanan di Padang Sinar Minang Alloggio. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi adanya minat pengunjung dan penghuni Alloggio terhadap rumah makan padang tersebut yaitu utamanya sebanyak 80.4% mempertimbangkan sisi harga dan rasa makanan yang dijual, kemudian terdapat 57% orang yang mempertimbangkan kualitas makanan, 48.2% mempertimbangkan kualitas pelayanan, kemudian 10.7% mempertimbangkan fasilitas dan faktor terakhir yaitu dari segi kebersihan sebanyak 7.1%.



Gambar 4. Lokasi Rumah Makan Padang Sinar Alloggio

Minat pengunjung penghuni Alloggio terhadap rumah makan Padang Sinar Minang Alloggio selain dipengaruhi oleh faktor yang sudah disebutkan, tentunya juga berkaitan dengan lokasi rumah makan yang strategis. Dari hasil temuan yang ditunjukkan melalui Gambar 4 terlihat bahwa 100% responden setuju bahwa Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio memiliki lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh pengunjung yang akan membeli makanan. Hal ini membuat penghuni Alloggio tidak kesulitan untuk menjangkau lokasi warung sehingga meningkatkan minat mereka untuk melakukan pembelian.

Apakah fasilitas yang disediakan di Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio sudah memadai atau belum ?  
56 responses



Gambar 5. Fasilitas yang Disediakan Rumah Makan Padang Sinae Minang Alloggio

Meninjau dari segi fasilitas, diketahui bahwa minat seseorang dalam melakukan pembelian sering mempertimbangkan fasilitas yang ditawarkan oleh suatu tempat. Dalam hal ini, pengunjung penghuni Alloggio memiliki preferensi yang baik terhadap fasilitas yang disediakan oleh Rumah Makan Padang Sinar Minang. Berdasarkan Gambar 5 diketahui bahwa mayoritas pengunjung menilai bahwa fasilitas yang disediakan oleh Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio sudah memadai. Sebanyak 94,6% pengunjung atau penghuni Alloggio menilai fasilitas yang tersedia sudah memadai sementara sisanya yaitu 5,4% menganggap belum memadai.

Dalam hal ini, ditinjau juga terkait rekomendasi maupun saran yang diberikan oleh responden untuk meningkatkan daya tarik dan minat pengunjung terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio. Beberapa masukan tersebut yaitu meningkatkan kebersihan tempat terutama tempat cuci tangan, kualitas layanan dan rasa makanan, menyediakan fasilitas toilet, dan menambah AC, memperluas restoran, mempercepat sistem *delivery* dan meningkatkan ketelitian pengiriman.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

##### 4.1 Kesimpulan

Minat beli konsumen merupakan kunci keberhasilan usaha yang perlu ditingkatkan oleh suatu bisnis melalui inovasi maupun strategi pemasaran yang dilakukan. Suatu bisnis akan ramai dikunjungi pembeli apabila konsumen memiliki minat pembelian dan ketertarikan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan. Dalam hal ini, bisnis kuliner yaitu Rumah Makan Padang Sinar Minang selalu ramai dikunjungi oleh konsumen yang menunjukkan bahwa minat beli konsumen terhadap rumah makan tersebut tinggi. Adanya minat beli konsumen yaitu pengunjung penghuni Alloggio ditunjukkan melalui frekuensi pembelian masakan padang yang cukup tinggi yaitu sebanyak 37,5% penghuni Alloggio membeli masakan padang 3 kali seminggu di Rumah Makan Padang Sinar Minang bahkan terdapat 1,18% penghuni membeli masakan padang setiap hari di Rumah Makan Padang Sinar Minang. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi minat beli penghuni Alloggio untuk melakukan pembelian yaitu harga dan rasa (80,4%). Minat beli penghuni Alloggio yang tinggi ini berdampak pada peningkatan keputusan pembelian mereka terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang sehingga penjualan bisnis kuliner tersebut meningkat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengunjung penghuni Alloggio memiliki minat beli yang tinggi terhadap Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio sehingga mereka sering melakukan pembelian masakan padang di tempat tersebut.

Hasil temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio dalam meningkatkan minat beli konsumen, terutama berdasarkan saran yang diberikan oleh responden. Rumah Makan Padang Sinar Minang dapat meningkatkan kebersihan tempat terutama tempat cuci tangan, kualitas layanan dan rasa makanan, menyediakan fasilitas toilet, dan menambah AC, memperluas restoran, mempercepat sistem *delivery* dan meningkatkan ketelitian pengiriman sehingga minat beli konsumen untuk membeli masakan padang di restoran tersebut semakin tinggi. Minat beli konsumen yang tinggi ini akan berdampak positif terhadap omset penjualan yang dihasilkan Rumah Makan Padang Sinar Minang Alloggio.

## REFERENSI

- Herdiansah, A., Sugiyani, Y., & Septarini, R. S. (2020). Penerapan Pembelajaran E-Bisnis Siswa Pkbn Paja Mandiri Pada Pembuatan Prototipe Sistem Rumah Makan Masakan Padang Kutabumi. *JIKA (Jurnal Informatika)*, 4(2), 39. <https://doi.org/10.31000/jika.v4i2.2621>
- Ibrahim, M., & Afif, M. (2020). PENGARUH MOTIVASI DAN MARKETING MIX ISLAMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal SS Muntilan Jawa Tengah). In *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*. E-ISSN (Vol. 03, Issue 03) <https://doi.org/10.21111/jiep.v3i03.4806>
- Iltiham, M. F., & Nizar, M. (2020). Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Malia (Terakreditasi)*, 11(2), 311–326. <https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2149>
- M Azis, F. A. R., Butar, B. B. B., & Hariyanto, M. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Google Classroom Terhadap Efektivitas Pembelajaran Siswa Sman 95 Jakarta Barat. *Jurnal Inovasi Informatika*, 6(1), 11–17. <https://doi.org/10.51170/jii.v6i1.151>
- Messa, S. B., & Yahya. (2022). Pengaruh cita rasa terhadap minat beli ulang pada dapur lamongan tolitoli. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 1(2), 139–160.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Nas Media Pustaka.
- Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., & Putri, S. S. A. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43–49. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>