

## ABSTRAK

UMKM Warung Pempek ELfira adalah sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah yang bergerak dibidang F&B (*Food and Beverage*) yang menjual cemilan olahan ikan khas Kota Palembang, beralamatkan di Margahayu Raya (Indomaret) Jalan Venus Raya No. 29. UMKM ini telah berdiri sejak Tahun 2016. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat permasalahan yang terjadi dalam kegiatan usaha ini yang dimana berkurangnya minat beli konsumen sehingga menyebabkan penurunan minat transaksional. Permasalahan tersebut diduga disebabkan karena lokasi usaha yang kurang memadai dan keterbatasannya lahan parkir.

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap minat beli konsumen pada UMKM Warung Pempek ELfira. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi non partisipan, wawancara terstruktur dan juga penyebaran angket (kuesioner) yang diberikan kepada konsumen UMKM Warung Pempek ELfira dengan jumlah 30 responden yang menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus waktu. Untuk analisis data menggunakan uji validitas instrumen, uji reliabilitas instrumen, regresi linear sederhana, korelasi koefisien rank spearman, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian dapat di ambil kesimpulan mengenai Lokasi Usaha terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Warung Pempek ELfira berada dalam kategori cukup kuat, karena apabila lebih ditingkatkan secara optimal, maka minat beli konsumen pada UMKM Warung Pempek ELfira pun terbentuk dengan baik. Dengan begitu hasil dalam penelitian ini menunjukkan secara korelasi besarnya variabel X (Lokasi Usaha) terhadap variabel Y (Minat Beli Konsumen) adalah sebesar 61% pengaruhnya, lalu sisanya sebesar 39% diberikan oleh epsilon atau faktor-faktor lain diluar penelitian seperti kualitas pelayanan, citra merek (*brand image*) dan lainnya.

Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu perusahaan sebaiknya meningkatkan fasilitas seperti meja dan kursi tambahan agar para konsumen dapat makan secara langsung ditempat dengan nyaman, selain itu, sebaiknya UMKM Warung Pempek ELfira perlu memaksimalkan lahan parkir yang lebih memadai agar para konsumen yang membawa kendaraan roda empat tidak kesulitan pada saat berkunjung ke UMKM Warung Pempek ELfira.

**Kata Kunci:** Lokasi Usaha dan Minat Beli Konsumen

## ABSTRACT

*UMKM Warung Pempek ELfira is a Micro, Small and Medium Enterprise engaged in F&B (Food and Beverage) which sells processed fish snacks typical of Palembang City, having its address at Margahayu Raya (Indomaret) Jalan Venus Raya No. 29. This UMKM has been established since 2016. Based on the results of the research it is known that there are problems that occur in this business activity where there is a decrease in consumer buying interest, causing a decrease in transactional interest. This problem is thought to be caused by an inadequate business location and limited parking space.*

*The purpose of this research was conducted to find out how the influence of business location on consumer buying interest at UMKM Warung Pempek ELfira. The research method used in this study is a quantitative method with a descriptive approach. The data collection technique was carried out by non-participant observation, structured interviews and also distributing questionnaires (questionnaires) given to UMKM consumers of Warung Pempek ELfira with a total of 30 respondents who used a sampling technique using the time formula. For data analysis using instrument validity test, instrument reliability test, simple linear regression, Spearman reaction coefficient correlation, determination coefficient, and hypothesis testing.*

*Based on the results of the study, it can be concluded that business location on consumer buying interest in UMKM Warung Pempek ELfira is in a fairly strong category, because if it is optimized more optimally, then consumer buying interest in UMKM Warung Pempek ELfira is well formed. Thus the results in this study show that the correlation between the X variable (Business Location) and the Y variable (Consumer Purchase Interest) is 61%, then the remaining 39% is given by epsilon or other factors outside the research such as service quality, image brand (brand image) and others.*

*The suggestions that researchers can put forward are that companies should improve facilities such as additional tables and chairs so that consumers can eat directly where they are comfortable, besides that, it is better for UMKM Warung Pempek ELfira to maximize parking space which is more adequate so that consumers who bring wheeled vehicles four had no trouble visiting the UMKM Warung Pempek ELfira.*

**Keywords:** *Business Location and Consumer Purchase Interest*

## ABSTRAK

UMKM Warung Pempek ELfira nyaéta Usaha Mikro, Kecil, jeung Menengah anu usaha dina usaha F&B (Makanan jeung Minuman) anu ngajual jajanan olahan lauk has Kota Palembang, alamatna di Margahayu Raya (Indomaret) Jalan Venus Raya No. 29. UMKM ieu geus ngadeg ti taun 2016. Dumasar kana hasil panalungtikan dipikanyaho aya masalah anu lumangsung dina kagiatan usaha ieu nyaéta turunna minat beli konsumen, ngabalukarkeun turunna minat transaksi. Masalah ieu diduga disababkeun ku lokasi bisnis anu teu cekap sareng tempat parkir terbatas.

Tujuan tina ieu panalungtikan dilaksanakeun pikeun mikanyaho kumaha pangaruh lokasi usaha kana minat beuli konsumen di UMKM Warung Pempek Elfira. Méthode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta méthode kuantitatif kalayan pendekatan déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data dilaksanakeun ku cara observasi non partisipan, wawancara terstruktur sarta ogé ngadistribusikaeun angkét (angket) anu dibikeun ka konsumen UMKM Warung Pempek ELfira kalawan jumlah 30 rêspondén anu ngagunakeun téhnik sampling ngagunakeun rumus waktu. Pikeun analisis data ngagunakeun uji validitas instrumén, uji réliabilitas instrumén, régrési liniér basajan, korelasi koefisien réaksi Spearman, koefisien determinasi, jeung uji hipotésis.

Dumasar kana hasil panalungtikan, bisa dicindekkeun yén lokasi usaha minat beuli konsumen di UMKM Warung Pempek Elfira aya dina katagori anu cukup kuat, sabab lamun dioptimalkeun leuwih optimal, minat beuli konsumen di UMKM Warung Pempek Elfira geus alus. kabentuk. Ku kituna hasil dina ulikan ieu némbongkeun yén korelasi antara variabel X (Lokasi Usaha) jeung variabel Y (Minat Mésér Konsumén) nyaéta 61%, mangka sésana 39% dirumuskeun ku epsilon atawa faktor séjén di luar panalungtikan kayaning kualitas layanan. , gambar brand (brand image) jeung sajabana.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nyaeta pausahaan kudu ngaronjatkeun fasilitas saperti tambahan meja jeung korsi sangkan konsumen bisa langsung dahar di tempat anu merenah, disagigireun eta, leuwih hade UMKM Warung Pempek ELfira ngamaksimalkeun lahan parkir anu leuwih nyukupan. yén konsumen anu mawa kendaraan roda opat teu kungsi kasulitan nganjang ka Warung Pempek Elfira UMKM.

**Konci: Lokasi Usaha sareng Minat Meuli Konsumén**