

Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat

Desmawaty Hasibuan^{1*}, Muhammad Irwansyah Hasibuan², Junaidi Mustapa Harahap³

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu, Rantauprapat, Indonesia

²Fakultas Ekonomi, Program Studi Ilmu Manajemen, Universitas Al Washliyah Labuhanbatu, Rantauprapat, Indonesia

Email: ¹hasibuandesmawaty@gmail.com, ² iwanhasibuan79@gmail.com, ³ mustapajunaidi378@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel kebetulan siapa saja yang ditemui dan dapat dijadikan sebagai sampel. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui pasti jumlahnya, dan sampel yang digunakan berjumlah 96 orang dengan menggunakan rumus Supramono dan Haryanto. Hasil uji hipotesis secara simultan (Uji F) diketahui bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat, dimana nilai $F_{hitung} (70,704) > F_{tabel} (3,09)$ dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Hasil uji hipotesis parsial (Uji t) diketahui bahwa kreativitas (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat, dimana nilai $t_{hitung} (7,101) > t_{tabel} (1,6608)$ dan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$, dan inovasi (X_2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat, dimana nilai $t_{hitung} (5,190) > t_{tabel} (1,6608)$ dan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,595 yang berarti bahwa minat beli konsumen dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh kreativitas dan inovasi sebesar 59,5%. Sedangkan sisanya sebesar 40,5% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Kreativitas, Inovasi, Minat beli

Abstract

This study aims to determine the effect of creativity and innovation on consumer buying interest at Bang Kendik Cafe Rantauprapat. The sampling technique uses the *Accidental sampling* method, which is the technique of taking accidental samples of anyone who is encountered and can be used as a sample. The number of the population in this study is not known for sure, and the sample used was 96 people using the Supramono and Haryanto formula. The results of simultaneous hypothesis testing (F test) show that creativity and innovation have a positive and significant effect on consumer buying interest at Bang Kendik Cafe Rantauprapat, where the value of $F_{count} (70.704) > F_{table} (3.09)$ with a significance level of $0.00 < 0.05$. The results of the partial hypothesis test (t test) show that creativity (X_1) has a positive and significant effect on consumer buying interest at Bang Kendik Cafe Rantauprapat, where the value of $t_{count} (7.101) > t_{table} (1.6608)$ and a significance level of $0.00 < 0.05$, and innovation (X_2) also has a positive and significant effect on consumer buying interest at Bang Kendik Cafe Rantauprapat, where the value of $t_{count} (5.190) > t_{table} (1.6608)$ and a significance level of $0.00 < 0.05$. The value of *Adjusted R Square* is 0.595, which means that consumer buying interest can be explained or influenced by creativity and innovation by 59.5%. While the remaining 40.5% is explained or influenced by other variables not examined in this study, such as price, product quality, service quality, and so on.

Keywords: Creativity, Innovation, Purchase interest

1. PENDAHULUAN

Suatu perusahaan atau bisnis dikatakan berhasil apabila mendapat keuntungan atau laba. Walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha atau bisnis, keuntungan atau laba menjadi faktor yang penting karena kabar merupakan tujuan dari orang yang memulai usaha. Apabila di dalam sebuah perusahaan atau bisnis terdapat penurunan laba atau laba yang tidak stabil, maka perusahaan atau bisnis akan kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan usahanya dan mempertahankan usahanya.

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan ilmu, seni, dan keterampilan untuk mengelola keterbatasan sumber daya, informasi, dan dana seseorang untuk mempertahankan hidup, mencari nafkah, ataupun meraih posisi puncak dalam karir. Oleh karena itu, kewirausahaan dapat dipelajari. Kewirausahaan merupakan gambaran pengusaha tentang kemampuan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki secara ekonomis (efektif dan efisien) dari tingkat produktivitas yang rendah menjadi lebih tinggi. Konsumen mulai berminat terhadap suatu barang atau jasa sehingga terdorong untuk mencari informasi lebih mengenai barang atau jasa tersebut. Kreativitas dan Inovasi berhubungan erat dengan penciptaan produk baru atau pengembangan terhadap produk yang sudah ada sehingga menimbulkan keinginan bagi seseorang untuk mencoba produk tersebut.

Di kota Rantauprapat saat ini semakin banyak tumbuh dan berkembang bidang usaha kuliner seperti Cafe. Berdasarkan survey yang di lakukan peneliti terhadap 10 orang konsumen di Bang Kendik Cafe mengatakan telah menghabiskan waktunya kurang lebih 4 jam untuk makan dan minum di Bang Kendik Cafe. Berdasarkan prasurvey Bang Kendik Cafe berawal dari sebuah kafe kecil yang tidak punya nama pada tahun 2016. Bang Kendik Cafe mulai dikenal sejak dari tahun 2017 karena dengan menggunakan kreatifitas dan menuangkan inovasi dalam membuat menu dan cita rasa sehingga kafe ini cukup menarik perhatian di semua kalangan. Inovasi yang di lakukan Bang Kendik Cafe dalam menciptakan suatu rasa yang baru, dan menggunakan kreativitas untuk menjadi makanan dan minuman yang menarik minat konsumen untuk membeli makanan dan minuman dengan berbagai varian jenis dan rasa yang tidak kalah dengan cafe lain yang sudah ada sebelumnya di Rantauprapat. Permintaan konsumen yang semakin banyak untuk melakukan pembelian secara terus menerus dan mengedepankan tempat yang nyaman, membuat Bang Kendik Cafe memberikan berbagai fasilitas seperti tersedianya wifi, toilet yang bersih, serta parkir kendaraan yang aman. Adapun menu minuman dan makanan yang ditawarkan dengan paket-paket murah, seperti nasi ayam penyet dan minuman dengan harga paket yang terjangkau dan masih banyak paket makan, minum murah lainnya.

Pelayan seharusnya melayani dengan baik, sebagai contoh karyawan seharusnya sopan dan ramah, serta menerima keluhan pelanggan. Bang Kendik Cafe sering kali ramai ketika diadakan nonton bareng bola, karena Bang Kendik Cafe salah satu pendukung club bola, yang cukup banyak penggemarnya hal ini yang sering membuat penonton berdesakan untuk menonton club bola tersebut. Tetapi berdesakan tidak membuat pelanggan kecewa, dikarenakan semakin ramai penonton semakin antusias. Bahkan tidak sedikit para penonton membuat tim pilihannya sebagai taruhan untuk tertarik makanan. Sehingga saat nonton bareng bola berlangsung banyak suara-suara yang berteriak goal dengan keras karena kemenangan tim bola yang dipilihnya.

Hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti dapat terlihat masalah di Bang Kendik Cafe berkaitan dengan kreativitas dan inovasi adalah lambatnya pelayanan dalam pengantaran makanan yang menggunakan sistem *delivery order*, sehingga menimbulkan keluhan dari pelanggan karena pesanan terlambat sampai. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat”**.

1.1 Perumusan Masalah

1. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat.
2. Apakah inovasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat.
3. Apakah kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat Rantauprapat.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat Rantauprapat.
1. 3. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat Rantauprapat.

2. KAJIAN TEORI

2.1. Kreativitas

Dalam dunia global dewasa ini yang penuh persaingan dan yang berkembang dengan cepat, kreativitas bukan saja merupakan sumber penting guna menciptakan sebuah keunggulan kompetitif tetapi kreativitas juga merupakan sumber keharusan untuk ketahanan usaha. Masalah yang sekarang dihadapi oleh manusia adalah banyaknya organisasi atau perusahaan yang tidak pernah menjadi kreatif. Banyak usaha yang tidak mampu menciptakan suatu lingkungan untuk mengembangkan kreativitas karyawan.

Menurut Alma (2013:69) kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru atau melihat hubungan di antara unsur, data variabel yang sudah ada sebelumnya. Sedangkan menurut Suryana (2010:2) kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Jadi, kreativitas adalah kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam menghasilkan sesuatu yang baru (bisa saja berangkat dari masalah) berupa ide atau penemuan/produk/karya melalui pengetahuan, informasi, maupun pengalaman yang ia miliki.

2.2. Inovasi

Inovasi menurut Winardi (2008:234) merupakan sesuatu hal yang baru, misalnya ide baru, teori baru, hipotesis baru, sebuah gaya penulisan yang baru, atau sebuah metode baru untuk suatu organisasi. Goman (dalam Alma, 2013:68), inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki.

Inovasi sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan atau pemanfaatan mobilitas pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang/jasa) yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan, dan inovasi dapat bersifat baru bagi perusahaan, bagi pasar, negara atau daerah, bahkan bagi dunia. Hakim (2014) mengemukakan bahwa inovasi merupakan kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil seperti barang dan jasa, dan bisa dalam bentuk proses seperti ide, metode, dan cara. Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berpikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambah (*value added*) dan merupakan keunggulan yang berharga.

2.3. Minat Beli Konsumen

Minat dianggap sebagai suatu “penangkap” atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, minat juga mengindikasikan seberapa keras seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba. Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu dan minat berhubungan dengan perilaku. Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan. Minat beli konsumen menurut (Kotler dan Keller (2009:182) adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Definisi minat beli menurut Simamora (2008:46) adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap. Individu yang berminat terhadap suatu objek akan memiliki kekuatan atau dorongan untuk mendapatkan objek tersebut.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen bang Kendik Café yang tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya. Menurut Sugiyono (2014) sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih dengan menggunakan aturan-aturan tertentu, yang digunakan untuk mengumpulkan informasi/data yang menggambarkan sifat atau ciri yang dimiliki populasi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Supramono dan Haryanto (2009:62). yaitu : $n = \frac{(Z\alpha)^2(P)(Q)}{\delta^2}$

$$\delta^2$$

Dimana : N : Jumlah sampel

Z α : Nilai tabel Z α berdasarkan tingkat signifikansi tertentu

bila $\alpha=0,05$ Z = 1,67 bila $\alpha=0,01$ Z = 1,96

P : Estimasi proporsi populasi yang sesuai dengan kriteria sampel

Q : Proporsi populasi yang tidak sesuai sampel (1-p)

δ : penyimpangan yang ditolerir (10%)

Penulis memperoleh n (jumlah sampel) yang besar dan nilai p yang belum diketahui maka dapat digunakan p = 0.5. Dengan demikian jumlah sampel yang mewakili populasi dalam penelitian ini adalah ; $n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96,4 = 96$ orang

$$(0,1)^2$$

3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel – variabel independen terhadap variabel dependen. Model yang digunakan untuk menduga pengaruh tersebut adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

3.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan signifikan secara parsial (uji-t) signifikan secara simultan (uji-f) yaitu sebagai berikut :

3.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji-T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

3.5 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen yakni kreativitas (X_1), dan inovasi (X_2) terhadap variabel dependen yakni minat beli (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.197	1.073		2.980	.004
Kreativitas	.389	.055	.523	7.101	.000
Inovasi	.261	.050	.382	5.190	.000

Analisis Regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan model persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

1. Koefisien regresi kreativitas menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien 0,389, Berarti setiap peningkatan kreativitas sebesar 0,389 akan meningkatkan minat beli sebesar 0,389.
2. Koefisien regresi inovasi menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien 0,261, Berarti setiap peningkatan inovasi sebesar 0,261 akan meningkatkan minat beli sebesar 0,261
3. Nilai konstanta sebesar 3,197 menunjukkan bahwa minat beli pada bang Kendik Cafe sebesar 3,197 tanpa adanya pengaruh dari kreativitas dan inovasi

4.2 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.197	1.073		2.980	.004
Kreativitas	.389	.055	.523	7.101	.000
Inovasi	.261	.050	.382	5.190	.000

Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} ,

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat dilihat bahwa :

- 1) Nilai t_{hitung} untuk kreativitas adalah 2,051, hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,101 > 1,6608$), dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli.
- 2) Nilai t_{hitung} untuk inovasi adalah 3,386, hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,190 > 1,6608$), dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli.

4.3 Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	88.880	2	44.440	70.704	.000 ^b
Residual	58.454	93	629		
Total	147.33	95			

Nilai F tabel pada distribusi 2 : 29 adalah 3,33, maka berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($70.704 > 3,09$), dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Beli Konsumen

Dari hasil perhitungan uji parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7.101 dengan nilai signifikan sebesar 0,00 Karena nilai signifikan $0,00 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,101 > 1,6608$), maka hipotesis dapat diterima artinya kreativitas berpengaruh positif dan signifikan Terhadap minat beli konsumen pada bang Kendik Café Rantauorapat. Adanya pengaruh positif yang ditunjukkan oleh kreativitas mengindikasikan bahwa semakin tinggi kreativitas yang dimiliki wirausaha maka semakin tinggi minat beli konsumen.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahwinda (2015) menunjukkan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan Terhadap minat beli konsumen usaha lopian café kopi di kota medan.

2. Pengaruh Inovasi Terhadap Minat beli Konsumen

Dari hasil uji perhitungan secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.190 dengan nilai signifikan sebesar 0.000 karena nilai signifikan $0.000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.190 > 1,6608$) maka hipotesis dapat diterima, Artinya bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap minat beli konsumen pada bang Kendik Café Rantauorapat.. Adanya pengaruh positif yang ditunjukkan oleh inovasi mengindikasikan bahwa semakin tinggi inovasi yang dimiliki wirausaha maka semakin tinggi minat beli konsumen.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuriko (2009) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap minat beli konsumen.

3. Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Minat Beli Konsumen

Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji-F) menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh positif Terhadap minat beli konsumen pada Bang Kendik Café Rantauorapat. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis secara simultan yang menunjukkan F_{hitung} ($70.704 > F_{tabel}$ (3.09)) dengan tingkat signifikansi $0.00 < 0.05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta
- Suryana. 2010. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : Salemba
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat
- Hakim, Zainal. 2014. Mengenal Istilah Warna. <http://www.zainalhakim.web.id/posting/mengenal-istilah-warna.html>. Diakses pada 29 Maret 2018.
- Simamora, Bilson, 2008. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.