

**Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II
Kecamatan Koto Gasib**

Asah Hidayah Putri

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh suasana toko (*store atmosphere*) terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian Survey deskriptif dengan metode penelitian Kuantitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan cara menganalisis data dan dengan mendeskripsikan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Accidental sampling yaitu untuk konsumen yang berjumlah 92 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil uji-t didapat bahwa *store atmosphere* (X) dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ atau $t\text{-hitung } 6,412 > 0,207$, Maka dapat disimpulkan bahwa *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib. Nilai R-square (R^2) sebesar 0,314 atau (31,4 %) ini menjelaskan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib sedangkan sisanya sebesar 68,6% (100%-31,4%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Dari hasil kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis memberikan masukan dan saran terhadap swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib untuk dapat memperhatikan *store atmosphere* dalam memasarkan produk untuk kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kata Kunci: Suasana Toko (*Store Atmosphere*), Keputusan Pembelian Konsumen.

***Influence Of Store Atmosphere On Consumer Purchasing Decisions On
Swalayan Subur Jaya Village Buatan II Districts Koto Gasib***

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and explain the influence of the store atmosphere (store atmosphere) on consumer purchasing decisions at Supermarket Subur Jaya Village Buatan II Districts Koto Gasib. The type of research used is the type of survey research descriptive method with quantitative research because the researcher collects data by using how to analyze the data and by describing the data by making observations directly at the research site. The sampling technique used in This study uses Accidental Sampling, namely for consumers totaling 92 person. The data collection method used is by distributing questionnaires, interviews, observations and documentation. The results showed that from the results of the t-test it was found that the store atmosphere (X) with a significant value of $0.000 < 0.05$ or $t\text{-count } 6.412 > 0.207$, it can be concluded that the store atmosphere has a positive effect and partially significant to consumer purchasing decisions at Subur Jaya supermarkets Village BuatanII Districts Koto Gasib. The value of R-square (R^2) is 0.314 or (31.4%) this explains that Store Atmosphere has a significant effect on purchasing decisions consumers at the self-service village of Sub-Province II, Kec. Koto Gasib while the rest is 68.6% (100%-31.4%) was influenced by other factors not observed in this study. From the conclusions

obtained in this study, the authors provide input and Suggestions for the self-service village of Fertile Jaya, artificial village II, Kec. Koto Gasib to be able to pay attention store atmosphere in marketing products to the needs and desires of consumers

Keywords: Store Atmosphere, Consumer Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan di dalam dunia bisnis saat ini membuat Para pengusaha berlomba-lomba untuk mencari strategi yang tepat untuk dapat Memasarkan produk atau jasa yang dimiliki. Para pengusaha tentunya harus Mampu bergerak dan bersikap secara tepat dan cepat dalam menghadapi Persaingan di dunia bisnis yang dipenuhi dengan Ketidakpastian dan dapat Berubah-ubah begitu cepat. Hal tersebut tentunya terjadi pada semua bentuk Bisnis salah satunya dalam bisnis ritel.

Bisnis ritel atau juga yang biasa disebut dengan bisnis eceran sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia, saat ini semakin banyaknya peritel baru yang dengan mudah dapat masuk sampai ke pelosok daerah. Hal tersebut tentunya di sebabkan karena tuntutan zaman yang telah mempengaruhi berbagai sektor ekonomi dan juga pendidikan. Semakin tinggi pendidikan seseorang dan juga pendapatannya, maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran seseorang akan kualitas barang, pelayanan yang serba efektif dan praktis, cepat, hemat akan waktu dan tentunya harga yang terjangkau.

Sebuah toko tentunya juga memiliki kepribadian, bahkan beberapa toko memiliki citra yang sangat baik dan jelas di dalam hati konsumen. Kepribadian atau image yang di miliki oleh toko tentunya menggambarkan apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap sebuah toko. Kepribadian yang di miliki toko juga dapat mewakili suatu gambaran yang utuh bagi konsumen terhadap toko. Hal

tersebut yang membuat para peritel harus mampu untuk mengetahui dan dapat merangsang apa yang di inginkan, dilihat dan di rasakan oleh konsumen terhadap toko tertentu. Adapun bauran ritel terdiri dari lokasi, merchandise, pricing, periklanan dan promosi, suasana dalam gerai (store atmosphere) dan retail service.

Untuk mengetahui suasana toko bukanlah hal yang mudah bagi para peritel karena suasana toko merupakan kombinasi dari hal-hal yang bersifat emosional. Perubahan terhadap store atmosphere (suasana toko) harus selalu diperhatikan agar suasana yang di ciptakan tidak membosankan, membuat pelanggan tetap setia dan dapat terus bersaing dengan pesaing lainnya, karena jika konsumen memiliki kesan buruk terhadap suasana yang ada pada toko maka akan berkemungkinan besar mereka akan beralih ke toko lain.

Menurut (Utami C. W., 2018) definisi dari Store Atmosphere (suasana Toko) merupakan desain lingkungan yang di ciptakan melalui komunikasi Visual, pencahayaan, warna, musik dan wangi-wangian untuk dapat Merangsang emosional dan persepsi dari pelanggan dan kemudian dapat mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk. (Berman, Evans, & Chatterjee, 2018, hal. 465) membagi elemen-elemen store atmosphere ke dalam empat elemen, yaitu: Store Exterior , General interior, Store layout, dan Interior display. Suasana toko (store atmosphere) merupakan salah satu elemen yang sangat penting yang harus di perhatikan dari bauran eceran yang mana suasana toko yang di ciptakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga serta kualitas

pelayanan yang di berikan toko tidak lagi menjadi bahan pertimbangan utama bagi para konsumen, namun store atmosphere juga menjadi sebuah faktor penting bagi seorang konsumen (Nizar, 2021). Jika suasana toko yang di ciptakan menarik tentunya akan membuat konsumen tertarik dan akan melakukan keputusan pembelian, namun jika suasana toko yang di ciptakan tidak memiliki kesan baik di mata konsumen maka konsumen enggan untuk masuk bahkan untuk melakukan keputusan pembelian.

Suasana (*atmosphere*) yang di ciptakan toko sangat penting untuk Diperhatikan karena jika suasana toko yang diciptakan sesuai dengan pasar Sasaran maka akan dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan Pembelian. Suasana yang nyaman dan tenang tentu nya dapat menjadi bahan Pertimbangan bagi konsumen untuk memutuskan datang atau tidak Mengunjungi toko tertentu. Konsumen yang akan melakukan pembelian tidak Hanya memperhatikan barang dan jasa yang di tawarkan oleh pengecer, akan Tetapi konsumen juga memperhatikan lingkungan pembelian yang mana dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen sehingga konsumen akan memilih Toko yang mereka sukai untuk melakukan pembelian.

Dengan semakin banyaknya pelaku usaha ritel saat ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam merebut dan mendapatkan konsumen. Salah satu bisnis ritel yang ada di Kecamatan Koto Gasib yaitu swalayan Subur Jaya. Lokasi swalayan subur jaya tepatnya di jalan pemda Desa Buatan II Kecamatan Koto Gasib. Swalayan Subur Jaya merupakan usaha ritel yang sudah berdiri sejak tahun 2015. Swalayan Subur Jaya menyediakan kebutuhan sehari-hari sebagai tempat pembelian konsumen akhir. Swalayan Subur Jaya merupakan Swalayan yang menjadi

tempat pilihan bagi masyarakat Kecamatan Koto Gasib karena swalayan Subur Jaya adalah salah satu Swalayan terbesar dan produk yang disediakan sangat lengkap seperti kebutuhan rumah tangga, makanan ringan, produk kecantikan dan lain-lain. Swalayan Subur Jaya juga memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan Pesaing ritel lainnya yaitu Indomaret dan Alfamart yang ada di kecamatan Koto Gasib.

Namun saat ini semakin banyaknya persaingan antara pengusaha ritel Yang berdiri seperti Indomaret dan Alfamart yang baru saja ada dari 3 tahun Terakhir di Kecamatan Koto Gasib yang mana suasana toko yang di ciptakan Oleh ritel tersebut sudah terbilang lebih modern, nyaman dan menarik, seperti Desain bangunan yang khas, pencahayaan di dalam ruangan juga sangat Terang, penataan produk yang rapi dan teratur yang memudahkan konsumen Untuk berkeliling didalamnya serta suhu ruangan yang sudah ada yang Membuat pelanggan tidak akan gerah berada di dalam ruangan tersebut. Dari Perbandingan suasana toko yang di ciptakan para kompetitor tersebut tentunya Mengharuskan Swalayan Subur Jaya untuk merancang suasana toko yang dapat memberikan kesan menarik dan nyaman untuk para konsumen yang berbelanja agar tidak kalah dari pesaing lainnya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti di lapangan terdapat fenomena seperti:

1. Lokasi swalayan Subur Jaya bisa dikatakan strategis karena posisi letak
2. Swalayan tersebut berada di depan jalan raya yang menjadi jalan utama untuk dilalui masyarakat Koto Gasib. Selain itu lokasi swalayan Subur Jaya sangat dekat dengan keramaian dan kepadatan penduduk.

3. Lahan parkir swalayan Subur Jaya cukup luas yang memudahkan konsumen untuk memarkirkan kendaraannya saat datang dan ingin melakukan pembelian di Swalayan tersebut.
4. Swalayan Subur Jaya memiliki pelanggan yang ramai karena produk kebutuhan sehari-hari yang di sediakan lengkap dan lebih terjangkau di dibandingkan dengan kompetitornya seperti Alfamart dan Indomaret yang harganya jauh lebih mahal.
5. Suasana dalam toko yang masih belum maksimal seperti pencahayaan ruangan yang redup, suhu ruangan (AC) yang belum ada, penataan produk yang kurang rapi sehingga membuat ruangan terasa sempit dan pengap yang mengakibatkan konsumen merasa tidak nyaman dan memiliki kesan tidak baik terhadap toko. Namun swalayan tersebut sudah menggunakan CCTV.

Dilihat dari fenomena suasana toko (*store atmosphere*) setiap indikator yang telah dipaparkan di atas belum di rancang dan diciptakan dengan maksimal sehingga masih banyak konsumen yang belum merasa nyaman untuk melakukan pembelian, walaupun begitu swalayan Subur jaya masih memiliki suasana toko yang belum maksimal namun toko tersebut masih memiliki banyak konsumen yang melakukan pembelian. Hal tersebut bisa di lihat dari data jumlah pengunjung yang di dapat dari swalayan Subur Jaya di bawah ini.

Tabel 1.5: Data Jumlah konsumen per Januari-Juli 2021

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1.	Januari 2021	1.754 orang
2.	Februari 2021	1.968 orang
3.	Maret 2021	1.870 orang
4.	April 2021	2.113 orang
5.	Mei 2021	2.182 orang
6.	Juni 2021	2.052 orang
7.	Juli 2021	2.187 orang
	Jumlah	14.126 orang

Sumber: Swalayan Subur Jaya 2021

Dari tabel yang di sajikan di atas dapat di lihat bahwa jumlah pengunjung setiap bulannya mengalami kenaikan, meskipun pada bulan maret dan bulan Juni mengalami penurunan konsumen, namun pada bulan berikutnya mengalami kenaikan kembali. Swalayan Subur Jaya memiliki banyak pelanggan setiap bulannya walaupun belum memiliki suasana toko yang maksimal.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk: Untuk menganalisis dan menjelaskan Suasana toko (*store atmosphere*) pada Swalayan Subur Jaya Desa buatan II Kec. Koto Gasib. Menganalisis dan menjelaskan Keputusan Pembelian pada Swalayan Subur Jaya Desa buatan II Kec. Koto Gasib. menganalisis dan menjelaskan pengaruh suasana toko (*store atmosphere*) terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Subur Jaya Desa buatan II Kec. Koto Gasib.

KERANGKA TEORI

A. Suasana toko (Store Atmosphere)

Menurut (Utami C. W., 2018, hal. 322) suasana toko (*store Atmosphere*) merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko Seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, Temperature, music, aroma secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam bentuk konsumen. Melalui suasana toko yang dengan sengaja diciptakan, ritel berusaha untuk dapat mengkomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga dan ketersediaan barang dagangan.

Menurut (Berman, Evans, & Chatterjee, 2018, hal. 465) terdapat Elemen-elemen *store atmosphere* yang dapat mempengaruhi konsumen Di antaranya yaitu: eksterior *store*, general interior, *store layout* dan interior display.

B. Keputusan Pembelian Konsumen

Kotler dan Amstrong (2012:166) dalam (Indrasari, 2019) mengemukakan proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai kepada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Hal itu menunjukkan bahwa proses membeli yang dilakukan oleh konsumen dimulai jauh sebelum tindakan membeli dilakukan serta mempunyai konsekuensi setelah pembelian tersebut dilakukan.

5 tahap tersebut terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan keputusan pasca pembelian.

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian survey deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa data dan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian.

Dalam penulisan ini peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Swalayan Subur Jaya yang berlokasi di Jl. Pemda Desa Buatan II Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena suasana toko yang di ciptakan masih belum maksimal dan masih banyak kekurangan namun konsumen yang berbelanja selalu ramai

C. Populasi dan Sample

Adapun populasi di dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib yang berjumlah rata-rata 2.018 per januari-juli 2021.

Adapun yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah bersifat mewakili ditetapkan sebanyak 91 konsumen Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib. Dan kemudian penulis mengambil 1 orang pemilik sebagai informan dari Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib.

D. Teknik Penarikan Sampel

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Insidental sampling* yang mana merupakan teknik pengambilan sampel berbasis peluang, yaitu apabila orang yang ditemukan cocok sebagai sumber data, maka siapa saja yang kebetulan ditemui peneliti dapat dijadikan sampel (Sugiyono, 2018:85).

E. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer
Adalah data yang di peroleh langsung dari sumber asli melalui pertanyaan – pertanyaan atau wawancara langsung (face to face) yang di tujukan kepada pemilik toko dan pemantauan terhadap keadaan dilokasi penelitian.
2. Data Sekunder
Yaitu data yang diperoleh dari objek penelitian atau lokasi penelitian, data yang sudah tersedia dan ada kaitannya dengan permasalahan yang sedang diteliti seperti dokumen, daftar kepegawaian, struktur organisasi, dan lain sebagainya.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Observasi
Observasi adalah cara pengumpulan data yang penulis lakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.
2. Teknik Kuesioner
Yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan daftar-daftar pertanyaan yang relevan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada para responden atau karyawan.
3. Teknik Dokumentasi

Yaitu cara mengumpulkan data-data seperti struktur organisasi, sejarah singkat swalayan Subur Jaya dan dokumen-dokumen lainnya yang sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Dalam menganalisa data penulis menggunakan metode kuantitatif sebagai metode yang penelitiannya berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2015;12).

1. Teknik Analisis Data

Analisis data metode kuantitatif yaitu metode yang menunjukkan kepada riset dalam bentuk rumus-rumus. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen di swalayan subur jaya deza buatan II kec. Koto Gasib. Maka penulis menggunakan analisis yang hanya melibatkan dua variabel (X) dan (Y), yaitu :

- 1) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen
 - a. Uji Validitas Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner.
 - b. Uji Reliabilitas Uji Reliabilitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menentukan Model dan Persamaan Regresi Linear Sederhana Adapun persamaan umum regresi linear sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

- Y = Keputusan Pembelian
- X = Suasana Toko
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi

2. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t statistik, bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan mengasumsikan bahwa variabel lain dianggap konstan. Uji t dilakukan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$. Bila nilai t_{hitung} lebih besar atau sama dengan t_{tabel} berarti variabel tersebut signifikan, artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen secara parsial. Dengan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya:
- b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan kata lain variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan variabel bebas secara bersama-sama (menyeluruh) terhadap variabel tak bebas dilakukan dengan cara menghitung angka koefisien determinasi (r^2) dari fungsi permintaan. Semakin besar nilai r^2 (mendekati 1) maka semakin tepat suatu regresi linear yang dipergunakan sebagai pendekatan terhadap hasil suatu penelitian. Persamaan regresi selalu disertai nilai r^2 sebagai ukuran kecocokan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Suasana Toko

1. Exterior Store (Bagian Depan Toko)

Karakteristik dari *Exterior store* memiliki pengaruh yang kuat pada image sebuah toko, sehingga harus dapat direncanakan dengan baik. Kombinasi yang ada pada *Exterior store* dapat membuat bagian depan toko atau luar

toko terlihat unik, menarik dan menonjolkan perbedaan sehingga membuat konsumen tertarik untuk singgah dan berbelanja. Berikut ini adalah tabel mengenai tanggapan responden tentang *Exterior store* (bagian depan toko) pada Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib.

Tabel V.5 : Tanggapan Responden Tentang Indikator Exterior Store (Bagian Depan Toko)

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Bagian depan toko	0	54	38	92
2	Keterlihatan	3	42	47	92
3	Fasilitas parkir	11	71	10	92
Jumlah		14	167	95	276
Skor		42	334	95	471
Kategori		Cukup Baik			

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan tabel V.5 diatas, tanggapan responden terhadap indikator *Exterior store* (bagian depan toko) pada swalayan subur jaya desa Buatan II Kec. Koto Gasib maka dapat disimpulkan untuk tanggapan responden pada pernyataan setiap sub indikatornya dilihat terdapat jawaban yang cukup beragam. Tanggapan responden untuk pernyataan bagian depan toko di dapat 0 atau tidak ada responden yang menyatakan baik, kemudian sebanyak 54 responden menyatakan cukup baik dan 38 responden menyatakan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan jawaban kurang baik.

Pernyataan untuk sub indikator keterlihatan sebanyak 3 responden memberikan tanggapan baik, kemudian sebanyak 42 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 47 responden memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat di katakan bahwa responden memilih jawaban kurang baik lebih banyak bila dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator fasilitas parkir sebanyak 11 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian 71 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 10 responden yang memberikan

tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan dengan jawaban lainnya. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari tabel diatas dapat di ketahui tanggapan responden mengenai *Exterior store* yaitu berada pada kategori cukup baik dengan total skor 471 yang didapatkan dari 92 responden.

2. General Interior (Bagian Dalam Toko)

Dalam indikator general Interior terdapat sub indikator yaitu pewarnaan dan pencahayaan, perabotan yang digunakan oleh toko dan kemudian kebersihan pada toko. Berikut ini disajikan tabel tanggapan responden tentang *General Interior* (bagian dalam toko) pada Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib.

Tabel V.6 : Tanggapan Responden Tentang Indikator General Interior (Bagian Dalam Toko)

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Pewarnaan dan pencahayaan	0	48	44	92
2	Perabot toko	0	34	58	92
3	Kebersihan	4	62	26	92
Jumlah		4	144	128	276
Skor		12	288	128	428
Kategori		Kurang Baik			

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan pada tabel tanggapan responden terhadap indikator *general Interior* (bagian dalam toko) pada swalayan subur jaya desa Buatan II Kec. Koto Gasib maka dapat disimpulkan untuk tanggapan responden pada pernyataan setiap sub indikatornya dilihat terdapat jawaban yang cukup beragam. Tanggapan responden untuk pernyataan pewarnaan dan pencahayaan di dapat 0 atau tidak ada responden yang menyatakan baik, kemudian sebanyak 48 responden menyatakan cukup baik dan 44 responden menyatakan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa

responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator perabot toko sebanyak 0 atau tidak ada responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian sebanyak 34 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 58 responden memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban kurang baik lebih banyak bila dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator kebersihan sebanyak 4 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian 62 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 26 responden yang memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari tabel diatas dapat di ketahui tanggapan responden mengenai General Interior yaitu berada pada kategori kurang baik dengan total skor 428 yang didapatkan dari 92 responden.

3. Store layout (Tata letak toko)

Pada indikator *store layout* terdapat sub indikator yang di ukur meliputi alokasi ruangan, penyimpanan barang dagangan (gudang), dan kebersihan pada toko.

Berikut ini disajikan tabel tanggapan responden tentang *Store layout* (tata letak toko) pada Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib.

Tabel V.7: Tanggapan Responden Tentang Indikator Store layout (tata letak toko)

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Alokasi ruangan	2	64	26	92
2	Tempat penyimpan barang dagangan (gudang)	2	68	22	92
3	Pola arus lalu lintas	3	59	30	92
Jumlah		7	191	78	276
Skor		21	382	78	481
Kategori		Cukup baik			

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan pada tabel tanggapan responden terhadap indikator *store layout* (tata letak toko) pada swalayan subur jaya desa Buatan II Kec. Koto Gasib maka dapat disimpulkan untuk tanggapan responden pada pernyataan setiap sub indikatornya dilihat terdapat jawaban yang cukup beragam. Tanggapan responden untuk pernyataan alokasi ruangan di dapat 2 responden yang menyatakan baik, kemudian sebanyak 64 responden menyatakan cukup baik dan 26 responden menyatakan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator tempat penyimpanan barang dagangan (gudang) sebanyak 2 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian sebanyak 68 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 22 responden memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat di katakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak bila dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator pola arus lalu lintas sebanyak 3 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian 59 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 30 responden yang memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari tabel diatas dapat di ketahui tanggapan responden mengenai Store Layout yaitu berada pada kategori cukup baik dengan total skor 481 yang didapatkan dari 92 responden.

4. Interior Display (pemajangan barang dagangan)

Display juga diartikan sebagai kelompok produk, jarak antar rak, dan alokasi jarak lantai serta dekorasi tembok. Display produk dapat ditata dengan sedemikian rupa sehingga konsumen

yang sudah berada di dalam toko berminat untuk melihat dengan lebih detail setiap produk yang ditawarkan toko.

Berikut ini disajikan tabel tanggapan responden tentang *interior display* (pemajangan barang dagangan) pada Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib.

Tabel V.7: Tanggapan Responden Tentang Indikator interior display

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Penataan Produk	1	56	35	92
2	Papan petunjuk barang dan label harga	0	29	63	92
3	Papan promosi	1	24	67	92
Jumlah		2	109	165	276
Skor		6	218	165	389
Kategori		Kurang Baik			

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan pada tabel tanggapan responden terhadap indikator *interior display* pada swalayan subur jaya desa Buatan II Kec. Koto Gasib maka dapat disimpulkan untuk tanggapan responden pada pernyataan setiap sub indikatornya dilihat terdapat jawaban yang cukup beragam. Tanggapan responden untuk pernyataan penataan produk di dapat 1 responden yang menyatakan baik, kemudian sebanyak 56 responden menyatakan cukup baik dan 35 responden menyatakan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator papan petunjuk barang dan label harga sebanyak 0 atau tidak ada responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian sebanyak 29 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 63 responden memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat di katakan bahwa responden memilih jawaban kurang baik lebih banyak bila dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator papan promosi sebanyak 1 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian 24 responden memberikan

tanggapan cukup baik dan 67 responden yang memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban kurang baik lebih banyak dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari tabel diatas dapat di ketahui tanggapan responden mengenai Store Layout yaitu berada pada kategori kurang baik dengan total skor 389 yang didapatkan dari 92 responden.

Tabel V.8: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Suasana Toko (store Atmosphere) (X)

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	<i>Exterior store</i>	42	334	95	471
2	<i>General Interior</i>	12	288	128	428
3	<i>Store layout</i>	21	382	78	481
4	<i>Interior display</i>	6	218	165	389
Skor		81	1.222	466	1.769
Kategori		Kurang Baik			

Dari tabel rekapitulasi yang telah di sajikan di atas dapat dilihat dari seluruh indikator tanggapan responden terhadap suasana toko (*store atmosphere*) pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib, maka dapat disimpulkan bahwa rentang skor responden menjawab baik sebesar 81, kemudian rentang skor responden yang menjawab cukup baik sebesar 1.232, dan rentang skor responden yang menjawab tidak baik sebesar 466.

Jadi berdasarkan keseluruhan tanggapan responden melalui kuesioner yang telah di sebar, pada umumnya menunjukkan bahwa suasana toko (store atmosphere) pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib berada pada kategori "Kurang Baik" dengan total skor sebesar 1.779. Dan dapat disimpulkan bahwa pendapat konsumen terhadap suasana toko (store atmosphere) pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib beragam dan berbeda-beda sehingga tentunya menimbulkan

tanggapan yang berbeda pula antara 1 responden dengan responden lainnya.

B. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian Konsumen

Pada dasarnya keputusan pembelian merupakan suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya dalam melakukan keputusan pembelian atau transaksi, banyak atau tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Konsumen sering dihadapkan oleh beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk, Hal tersebut menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli.

1. Pengenalan Kebutuhan

Proses dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara nyata dan yang diinginkannya. Kebutuhan ini disebabkan dengan adanya rangsangan internal maupun eksternal. Dari pengalaman sebelumnya orang telah belajar, bagaimana mengatasi dorongan ini dan dimotivasi kearah yang diketahuinya akan memuaskan dorongan ini.

Pada indikator pengenalan masalah ini penulis memberikan 3 pernyataan yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.9 : Tanggapan Responden Tentang Indikator Pengenalan Kebutuhan

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Kebutuhan konsumen terhadap kebutuhan yang akan dibeli	3	58	31	92
2	Kualitas produk yang bagus	0	54	38	92
3	Adanya rekomendasi produk dari pihak lain	2	55	35	92
Jumlah		5	167	104	276
Skor		15	334	104	453
Kategori		Kurang Baik			

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan pada tabel tanggapan responden terhadap indikator interior

pengenalan kebutuhan pada swalayan subur jaya desa Buatan II Kec. Koto Gasib maka dapat disimpulkan untuk tanggapan responden pada pernyataan setiap sub indikatornya dilihat terdapat jawaban yang cukup beragam. Tanggapan responden untuk pernyataan memutuskan membeli produk sesuai yang dibutuhkan di dapat 3 responden yang menyatakan baik, kemudian sebanyak 58 responden menyatakan cukup baik dan 31 responden menyatakan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator kualitas produk yang bagus sebanyak 0 atau tidak ada responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian sebanyak 54 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 38 responden memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat di katakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak bila dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator adanya rekomendasi produk dari pihak lain sebanyak 2 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian 55 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 35 responden yang memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban kurang baik lebih banyak dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari tabel diatas dapat di ketahui tanggapan responden mengenai pengenalan kebutuhan yaitu berada pada kategori kurang baik dengan total skor 453 yang didapatkan dari 92 responden.

2. Pencarian informasi

Pencarian informasi biasanya dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut dapat terpenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Setelah timbul suatu masalah berupa kebutuhan yang didorong oleh rangsangan eksternal, konsumen akan mencari informasi akan

objek yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Konsumen yang memiliki minat pada suatu produk akan tergerak untuk mencari sebuah informasi yang lebih banyak. Untuk dapat mengetahui tanggapan responden mengenai pencarian informasi pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib dapat di lihat pada tabel yang disajikan dibawah ini:

Tabel V.9: Tanggapan Responden Tentang Indikator Pencarian Informasi

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Memperoleh informasi terkait dari keluarga, kerabat dan teman	5	67	20	92
2	Sumber komersial	1	52	39	92
3	Sosial media	2	41	49	92
Jumlah		8	160	108	276
Skor		24	320	108	452
Kategori		Kurang baik			

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan pada tabel tanggapan responden terhadap indikator pencarian informasi pada swalayan subur jaya desa Buatan II Kec. Koto Gasib maka dapat disimpulkan untuk tanggapan responden pada pernyataan setiap sub indikatornya dilihat terdapat jawaban yang cukup beragam. Tanggapan responden untuk pernyataan memperoleh informasi terkait dari keluarga kerabat dan teman di dapat 5 responden yang menyatakan baik, kemudian sebanyak 67 responden menyatakan cukup baik dan 20 responden menyatakan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator sumber komersial sebanyak 1 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian sebanyak 52 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 39 responden memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat di katakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak bila dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator sosial media sebanyak 2 responden yang

memberikan tanggapan baik, kemudian 41 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 49 responden yang memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban kurang baik lebih banyak dibandingkan dengan jawaban lainnya. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari tabel diatas dapat di ketahui tanggapan responden mengenai pencarian informasi yaitu berada pada kategori kurang baik dengan total skor 452 yang didapatkan dari 92 responden.

3. Evaluasi Alternatif

konsumen memproses informasi tentang merek untuk membuat keputusan akhir. Ketika konsumen telah memperoleh informasi mengenai produk, maka mereka akan mempelajari informasi yang mereka peroleh dan kemudian akan memperoleh hasil akhir dalam keputusan pembelian. Pada indikator evaluasi alternatif ini penulis memberikan 3 pernyataan yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.11: Tanggapan Responden Tentang Indikator Evaluasi Alternatif

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Merek produk yang di sediakan	0	66	26	92
2	Kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk	1	48	43	92
3	Proses membandingkan dengan pesaing lainnya	1	59	32	92
Jumlah		2	173	101	276
Skor		6	346	101	453
Kategori		Kurang Baik			

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan pada tabel tanggapan responden terhadap indikator Evaluasi alternatif pada swalayan subur jaya desa Buatan II Kec. Koto Gasib Maka dapat disimpulkan untuk tanggapan responden pada pernyataan setiap Sub indikatornya dilihat terdapat jawaban yang cukup beragam. Tanggapan Responden untuk pernyataan merek produk yang disediakan di dapat 0 atau Tidak ada responden yang menyatakan baik, kemudian sebanyak 66 responden Menyatakan cukup baik dan 26 responden menyatakan kurang baik. Dari

hasil Tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih Banyak dibandingkan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator kepercayaan konsumen terhadap Kualitas produk sebanyak 1 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian sebanyak 48 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 43 responden memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat di katakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak bila dibandingkan dengan jawaban lainnya. Pernyataan untuk sub indikator proses membandingkan dengan pesaing lainnya sebanyak 1 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian 59 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 32 responden yang memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan dengan jawaban lainnya. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari tabel diatas dapat di ketahui tanggapan responden mengenai evaluasi alternatif yaitu berada pada kategori kurang baik dengan total skor 453 yang didapatkan dari 92 responden.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses tahap evaluasi, konsumen menyusun merek-merek dalam himpunan pilihan serta membentuk nilai pembelian. Pada indikator keputusan pembelian ini penulis memberikan 3 pernyataan yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.12 : Tanggapan Responden Tentang Indikator Keputusan Pembelian

		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Pendapatan konsumen	3	47	42	92
2	Produk yang di butuhkan dan diinginkan konsumen selalu tersedia	1	50	41	92
3	Kualitas produk yang tersedia lengkap dan terjangkau sesuai standar	1	53	38	92
Jumlah		5	150	121	276
Skor		15	300	121	436
Kategori		Kurang Baik			

Berdasarkan pada tabel tanggapan responden terhadap indikator evaluasi alternatif pada swalayan subur jaya desa Buatan II Kec. Koto Gasib maka dapat disimpulkan untuk tanggapan responden pada pernyataan setiap sub indikatornya dilihat terdapat jawaban yang cukup beragam. Tanggapan responden untuk pernyataan pendapatan konsumen sebanyak 3 responden yang menyatakan baik, kemudian sebanyak 47 responden menyatakan cukup baik dan 42 responden menyatakan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator produk yang dibutuhkan konsumen selalu tersedia sebanyak 1 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian sebanyak 50 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 41 responden memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat di katakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak bila dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator kualitas produk yang tersedia terjangkau sesuai standar sebanyak 1 responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian 53 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 38 responden yang memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban cukup baik lebih banyak dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari tabel diatas dapat di ketahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian yaitu berada pada kategori kurang baik dengan total skor 436 yang didapatkan dari 92 responden.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Perilaku pasca pembelian, adalah perilaku sesudah pembelian terhadap suatu produk, dimana konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

- 1) Kepuasan sesudah pembelian. konsumen mendasarkan harapannya kepada informasi yang mereka terima tentang produk. Jika kenyataan yang mereka dapat ternyata berbeda dengan yang diharapkan maka mereka akan tidak puas. Tetapi jika produk tersebut memenuhi harapan mereka maka mereka akan merasa puas.
- 2) Tindakan sesudah pembelian. penjualan perusahaan berasal dari dua kelompok yaitu pelanggan baru dan pelanggan ulang. Mempertahankan pelanggan lama adalah lebih penting dari pada menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan. Jika konsumen merasa puas ia akan memperlihatkan kemungkinan untuk membeli lagi produk tersebut.

Pada indikator perilaku pasca pembelian ini penulis memberikan 3 pernyataan yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.13 : Tanggapan Responden Tentang Indikator Perilaku Pasca Pembelian

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Kepuasan Konsumen	0	64	28	92
2	Melakukan pembelian ulang	0	42	50	92
3	Merekomendasikan produk kepada pihak lain	0	45	47	92
Jumlah		0	151	125	276
Skor		0	302	125	427
Kategori		Kurang Baik			

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan pada tabel tanggapan responden terhadap indikator perilaku pasca pembelian pada swalayan subur jaya desa Buatan II Kec. Koto Gasib maka dapat disimpulkan untuk tanggapan responden pada pernyataan setiap sub indikatornya dilihat terdapat jawaban yang cukup beragam. Tanggapan responden untuk pernyataan kepuasan konsumen di dapat 0 atau tidak ada responden yang menyatakan baik, kemudian sebanyak 64 responden menyatakan cukup baik dan 28 responden menyatakan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban kurang baik

lebih banyak dibandingkan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator melakukan pembelian ulang sebanyak 0 atau tidak ada responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian sebanyak 42 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 50 responden memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban kurang baik lebih banyak bila dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Pernyataan untuk sub indikator merekomendasikan produk kepada pihak lain sebanyak 0 atau tidak ada responden yang memberikan tanggapan baik, kemudian 45 responden memberikan tanggapan cukup baik dan 47 responden yang memberikan tanggapan kurang baik. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden memilih jawaban kurang baik lebih banyak dibandingkan dengan jawaban lainnya.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian yaitu berada pada kategori kurang baik dengan total skor 427 yang didapatkan dari 92 responden.

Tabel V.14 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Pengenalan Kebutuhan	15	334	104	463
2	Pencarian informasi	24	320	108	452
3	Evaluasi alternatif	9	346	101	453
4	Keputusan Pembelian	15	300	121	436
5	Perilaku pasca pembelian	0	302	125	427
Skor		60	1.602	559	2.221
Kategori		Kurang Baik			

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Dari tabel rekapitulasi yang telah disajikan di atas dapat dilihat dari seluruh indikator tanggapan responden terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib, maka dapat disimpulkan

bahwa rentang skor responden menjawab baik sebesar 48, kemudian rentang skor responden yang menjawab cukup baik sebesar 1.602, dan rentang skor responden yang menjawab tidak baik sebesar 559. Jadi berdasarkan keseluruhan tanggapan responden melalui kuesioner yang telah di sebar, pada umumnya menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib berada pada kategori “Kurang Baik” dengan total skor sebesar 2.221. Dan dapat disimpulkan bahwa pendapat konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib beragam dan berbeda-beda sehingga tentunya menimbulkan tanggapan yang berbeda pula antara 1 responden dengan responden lainnya.

Berdasarkan pada hasil rekapitulasi tersebut, bahwa didapat jawaban responden yang paling banyak adalah “kurang baik” dan dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa keputusan pembelian konsumen pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib dimana konsumen memiliki minat terhadap produk yang disediakan oleh swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib sesuai kebutuhan mereka dan memiliki harga yang terjangkau.

C. Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kecamatan Koto Gasib

1. Pengujian Instrumen Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui kuesioner kepada para responden melalui variabel Suasana toko dan Keputusan Pembelian maka perlu diuji kelayakan dari masing-masing variabel dan indikator-indikator tersebut, atau dapat juga dikatakan sebagai pengujian kualitas data yang bertujuan untuk menentukan batas-batas kebenaran dan ketepatan alat ukur (kuesioner) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Suasana Toko (Store Atmosphere)	X1	0,665	0,207	Valid
	X2	0,698	0,207	Valid
	X3	0,438	0,207	Valid
	X4	0,746	0,207	Valid
	X5	0,750	0,207	Valid
	X6	0,548	0,207	Valid
	X7	0,672	0,207	Valid
	X8	0,564	0,207	Valid
	X9	0,746	0,207	Valid
	X10	0,720	0,207	Valid
	X11	0,679	0,207	Valid
	X12	0,711	0,207	Valid

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Dari hasil uji validitas (X1 sampai X12), dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan untuk variabel dalam penelitian ini adalah valid, karena pernyataan dikatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Berarti semua indikator dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya karena masing-masing indikator diatas sudah valid atau sudah terukur dan dapat diandalkan.

Keputusan Pembelian Konsumen	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian Konsumen	Y1	0,591	0,207	Valid
	Y2	0,633	0,207	Valid
	Y3	0,511	0,207	Valid
	Y4	0,464	0,207	Valid
	Y5	0,582	0,207	Valid
	Y6	0,585	0,207	Valid
	Y7	0,553	0,207	Valid
	Y8	0,611	0,207	Valid
	Y9	0,582	0,207	Valid
	Y10	0,603	0,207	Valid
	Y11	0,596	0,207	Valid
	Y12	0,597	0,207	Valid
	Y13	0,594	0,207	Valid
	Y14	0,624	0,207	Valid
	Y15	0,563	0,207	Valid

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Dari hasil uji validitas (Y1 sampai Y15), dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan untuk variabel dalam penelitian ini adalah valid, karena pernyataan dikatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel.

Berarti semua indikator dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya karena masing-masing indikator diatas sudah valid atau sudah terukur dan dapat diandalkan.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghizali,2005;41).

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Batas reliabilitas	Keterangan
1	Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>)	0,883	0,60	Reliabel
2	Keputusan Pembelian Konsumen	0,863	0,60	Reliabel

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa Koefisien alpha untuk variabel suasana toko (store atmosphere) (X) sebesar 0,883 > 0,60 dan keputusan pembelian konsumen (Y) sebesar 0,863 > 0,60 berarti variabel yang digunakan sudah konsisten dan dapat dipercaya.

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien Alpha dari variabel-variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang beragam dan variabel menghasilkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (suasana toko) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian konsumen). Adapun persamaan rumus regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Ket :

Y =Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

b = Koefisien arah dari regresi, yang menunjukkan angka

peningkatan atau penurunan variabel dependen atau mengukur besar pengaruh X terhadap Y, jika X naik satu unit.

X =Variabel Bebas (suasana toko)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,571	1,871		6,717	,000
SUASANA TOKO	,611	,095	,560	6,412	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Setelah diolah dengan menggunakan program SPSS versi 22 hasilnya adalah sebagai berikut:

Dari tabel hasil output SPSS versi 22 diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 12,571 + 0,611X$$

Persamaan ini dapat diartikan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 12,571 artinya jika variabel bebas X (suasana toko) nilainya tetap, maka variabel terikat Y (Keputusan Pembelian) sebesar 12,571.

b. Koefisien regresi variabel X (suasana toko) sebesar 0,611 berarti jika variabel suasana toko mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,611 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara suasana toko dengan keputusan pembelian konsumen. Semakin besar suasana toko maka keputusan pembelian konsumen akan semakin baik.

3. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel Suasana toko (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian konsumen(Y), signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi adapun tingkat signifikan yang dipakai dalam penelitian ini adalah 5% = 0,05. Uji t

dilakukan dengan membandingkan thitung dengan nilai ttabel.

a. $H_0 =$ Apabila thitung < ttabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

b. $H_a =$ Apabila thitung > ttabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Uji t adalah pengujian signifikan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Apakah pengaruh signifikan atau tidak. Untuk mengetahui hasilnya signifikan atau tidak, angka thitung akan dibandingkan dengan ttabel. Dari uji hasil SPSS dapat dilihat dibawah ini :

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,571	1,871		6,717	,000
SUASANA TOKO	,611	,095	,560	6,412	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
 Sumber: Data olahan Penelitian 2021

Berdasarkan hasil SPSS versi 22 pada tabel diatas diketahui nilai thitung variabel suasana toko (X) diperoleh sebesar 6.412 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000.

Diketahui nilai ttabel dengan jumlah sampel (n) = 92, jumlah Variabel (k) = 2, taraf signifikan $\alpha = 5\%$ atau 0.05, dan degree of freedom (df) dapat dilihat rumus sebagai berikut:

$$a/2 = n - 2$$

$$0,05/2 = 92 - 2$$

$$0,025 = 90 = 1,987$$

Sementara untuk ttabel diperoleh sebesar 1,987, maka dapat disimpulkan bahwa variabel suana toko (X) nilai thitung > ttabel = 12,571 > 1,987 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 berada lebih rendah pada 0,05. Maka hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima, artinya bahwa variabel suana toko (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y).

2) Koefisien Determinasi (R2)

Nilai koefisien determinasi atau R Square (R2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas (suasana toko) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian).

Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 22 diperoleh hasil sebagai berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,560 ^a	,314	,306	3,603

a. Predictors: (Constant), SUASANA TOKO

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian konsumen

Sumber: Data Olahan Penelitian,2021

Dari tabel V.20 diatas diperoleh nilai koefisien R Square (R2) sebesar 0,314 % (31,4%). Yang mana demikian bahwa suasana toko (store atmosphere) pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar (31,4%) sedangkan sisanya sebesar 68,6% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis uji regresi linier sederhana membuktikan bahwa suasana toko (store atmosphere) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib yang berarti hipotesis yang diajukan diterima. Hal ini mempresentasikan bahwa semakin baik suasana toko (*Store Atmosphere*) maka keputusan pembelian konsumen akan semakin bertambah.
2. Sementara berdasarkan hasil analisis data statistik dapat diambil kesimpulan bahwa suasana toko (store atmosphere) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel suasana toko (store atmosphere) terhadap variabel keputusan pembelian

konsumen di swalayan subur jaya desa buatan II Kec. Koto Gasib adalah sebesar 31,4% sedangkan sisanya sebesar 68,6% (100%-32,4%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati didalam penelitian ini.

B. Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pemilik dari Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib diharapkan dapat lebih memikirkan dan merancang serta meningkatkan suasana toko (store atmosphere) dengan lebih baik untuk dapat memasarkan produknya dengan memperhatikan warna dinding ruangan yang menarik seperti warna putih yang memberikan rasa damai dan menenangkan, pencahayaan ruangan yang terang, penataan barang yang rapi sesuai dengan jenis dan kategori dari setiap barang serta papan informasi dan promosi yang mudah dilihat oleh konsumen seperti label harga yang di pasang di semua produk untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama pada objek yang berbeda agar menambahkan variabel bebas lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti harga, kualitas produk, dan kualitas layanan sehingga memperoleh hasil penelitian yang lebih maksimal lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Arinawati, E., & Suryadi, B. (2019). Penataan Produk SMK/MAK Kelas XI. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). Penataan Produk SMK/MAK Kelas

XII.Indonesia: Gramedia Widiasarana.

Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). Retail Management A Strategic Approach. United Statit Edition: Pearson Education.

Ghozali, I. (2009). Aplikasi analisis Multivariate dengan program SPSS Edisi Keempat. Semarang: Universitas Dponegoro.

Hartati, S., & Nafi'ah, Y. (2019). Pengelolaan Bisnis Ritel C3. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Ibrahim, M. (2009). Buku Ajar Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Ibrahim, M. (2009). Pengantar Ilmu administrasi bisnis. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Jawa Tmur: Unitomo Press.

Mudzakkir, M. F., & Suharso, A. A. (2015). Buku Ajar Mata Kuliah Retailing. Malang: Unversitas Kanjuruhan Malang.

Nurchahyo, R. (2019). Pengelolaan Bisnis Ritel. Malang, Jawa Timur: PT. Kuantum Buku Sejahtera.

Rahmawati. (2016). Manajemen Pemasaran. Samarinda: Mulawarman University Press.

Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS . Jakarta: Prenadamedia Group.

Sugiyono, P. D. (2018). Metodologi kuantitatif,kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Utami, C. W. (2017). Manajemen Ritel. Jakarta: Salemba empat.

Utami, C. W. (2018). Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat .

Berman, Barry dan Evans, Joel R, 2004. Retail Management A Strategic Apporoach. 9 th Edition. New Jersey. Pearson Education International.

REFERENSI JURNAL :

- Sukma, E. A., DH, A. F., & Yaningwati, F. (2012). Suasana Toko Dalam menciptakan emosi dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (survey pada pengunjung retail hypermart malang town square kota malang). *profit volume* 6 No. 1, 60-80.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh store atmosphere, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa* Vol. 05 No. 03 -Desember2020, 1-18.
- Fuad , M. (2010). Store Atmosphere Dan Perilaku Pembelian Konsumen Di Toko Buku Gramedia Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern: Vol 2 No.1* , 1-13.
- Farizal, F., & Muhajirin. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Zam-Zam Kota Bima. *Journal of Business and Economcs Reseach (JBE)* Vol 1, No 3, October 2020, Hal. 245-250, 245-250.
- Nizar, N. S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Minat Kunjung Kembali Di Cafe Koloni Tretes Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Academia*, 1-14.
- Sari Ramadhana, N. M. (2016). Pengaruh Display Produk Dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif Di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 688.
- Habra, D., Tumanggor, M. B., & Panjaitan, D. J. (2019, September). pengaruh suasana toko pada pengambilan keputusan pembelian di mini market. in prosiding seminar nasional hasil penelitian (Vol. 2, No. 2, pp. 926-s934).
- Rumagit, R. R. (2013). Bauran penjualan eceran (Retailing Mix) pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Jumbo Swalayan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).