

## ANALISIS STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KAKI EMPAT *PETCARE*

Christina Omega Agustin<sup>1</sup>, Samari<sup>2</sup>, Rino Sardanto<sup>3</sup>

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Jalan Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112

[christinaomegaagustin@gmail.com](mailto:christinaomegaagustin@gmail.com)

Informasi artikel :

Tanggal Masuk: 7 Juli 2022    Tanggal Revisi: 10 Agustus 2022    Tanggal diterima: 10 September 2022

### Abstract

*This study aims to analyze whether the store atmosphere and service quality partially or simultaneously influence purchasing decisions at Kaki Empat Petcare. The selected population are consumers who have purchased products or service users at Kaki Empat Petcare. The total sample is 30 people by collecting data by using questionnaires. The method applied is quantitative causality by using accidental sampling. In this study, the results obtained indicate that the store atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions of 0.004. Service quality also has a positive and significant effect on 0.006. Store atmosphere simultaneously with service quality has a significant and positive effect*

**Keywords:** Store Atmosphere, Service Quality, Purchase Decision

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisa apakah *store atmosphere* dan kualitas pelayanan secara parsial maupun berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian di Kaki Empat *Petcare*. Populasi yang dipilih adalah konsumen yang pernah membeli produk atau pengguna jasa di Kaki Empat *Petcare*. Total sampel 30 orang dengan cara pengumpulan data yaitu menggunakan penyebaran kuesioner. Metode yang diterapkan yaitu kuantitatif kausalitas dengan menggunakan *accidental sampling*. Dalam penelitian ini hasil yang didapat menunjukan yaitu *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan kepada keputusan pembelian sebesar 0.004 kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan 0.006. *Store atmosphere* secara simultan dengan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif.

**Keywords:** Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

### PENDAHULUAN

Adanya peningkatan pemeliharaan hewan yang terjadi Indonesia pada saat pandemi membuat masyarakat memelihara hewan untuk sekedar teman bermain, maka masyarakat memerlukan *petcare* yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Selain kebutuhan pada hewan fasilitas dan suasana yang baik dengan kualitas pelayanan menciptakan keputusan pembelian. Adanya masyarakat yang beranggapan bahwa *Petcare* memiliki suasana yang kurang baik dan pelayanan yang tidak sesuai menjadikan *petcare* lebih memperhatikan Store Atmosphere dan kualitas pelayanan hal ini dapat meningkatkan penjualan di Kaki Empat *Petcare* Kediri.

Menurut [1] keputusan pembelian yaitu perilaku atau kegiatan yang melibatkan konsumen secara langsung untuk proses pembelian, dimana konsumen benar-benar membeli barang atau pun jasa dengan pertimbangan yang mempengaruhi. Maka perusahaan sangat harus mempertimbangkan faktor dalam keputusan pembelian yang mempengaruhi peningkatan dalam penjualan perusahaan tersebut.

Menurut [2] *store Atmosphere* bertujuan untuk menciptakan tempat yang nyaman dan suasana yang baik dengan mencermati display agar menciptakan keputusan pembelian. perusahaan yang menerapkan *store atmosphere* yang baik akan menjadikan dorongan pada pembeli untuk konsumen dapat membeli ulang, karena konsumen dapat mudah mengamati, memeriksa dan memilih produk sesuai kebutuhannya. Oleh sebab itu perusahaan harus memperhatikan *store atmosphere* pada setiap indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut [3] Kualitas pelayanan mempunyai peluang terbesar dalam pengambilan keputusan, dengan kualitas dalam pelayanan yang baik konsumen mendapat layanan dan tanggapan selaras dengan apa yang diinginkan. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari cara membantu konsumen dengan totalitas untuk menentukan

produk dan ketepatan dalam penyampaian untuk memenuhi harapan yang diinginkan oleh konsumen dengan hasil akhir keputusan pembelian.

Dengan adanya fenomena yang dialami oleh perusahaan yaitu *rating* dalam Google Maps dengan *rating* terbaik dengan *reviewer* terbanyak di kota Kediri, tetapi ada yang menyatakan bahwa suasana dan kualitas pelayanan yang ada di kaki empat petcare yang buruk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembeli yaitu kualitas pelayanan dan store atmosphere yang diterapkan oleh perusahaan.

Peluang dalam bisnis ritel dan jasa pada kaki empat memberikan kemudahan konsumen untuk memberikan pelayanan dalam satu pintu, yaitu dapat membeli produk yang baik dengan variasi pelayanan untuk hewan peliharaan terlengkap. Penerapan store atmosphere serta kualitas pelayanan tepat dapat berdampak pada penjualan. Kaki empat petcare berlokasi di Jl. Tembus Kaliombo no 16 kota Kediri.

Berdasarkan latar belakang pada permasalahan ini maka dilakukan penelitian agar mengetahui faktor yang dapat menjadikan sebuah keputusan dalam pembelian di Kaki Empat Petcare tentang "Analisis Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kaki Empat Petcare".

## METODE

Jenis penelitian ini yaitu Kuantitatif kausalitas. Data yang diterapkan berupa statistik sifatnya dapat diukur, rasional dan sistematis. Tempat penelitian berada di kaki empat petcare Kediri dengan jumlah sample sebanyak 30, dengan ketentuan pernah membeli di kaki empat petcare. Agar dapat menentukan jawaban dari sample maka peneliti menggunakan skala likert dan bantuan SPSS 16. Penelitian ini meneliti pengaruh *store atmosphere* yang menjadi variabel bebas dan kualitas pelayanan dengan diteliti secara parsial dan juga secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada toko kaki empat petcare. Hasil yang diperoleh menggunakan SPSS 16.0 yaitu uji validitas juga uji reliabilitas sebagai berikut:

### Uji Validitas

Agar menyimpulkan pada uji validitas, dapat dibandingkan nilai pada *pearson correlation* dengan melihat  $r$  tabel yang telah ada, tingkat signifikan yang diambil 5%. Jika nilai  $r$  hitung atau nilai *pearson correlation*  $< r$  tabel, sehingga akan disimpulkan yaitu item soal tidak valid. Namun, jika nilai daripada  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka item soal dinyatakan valid.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No item	r hitung	r tabel	keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	y.1	0,660	0,631	Valid
	y.2	0,714	0,631	Valid
	y.3	0,713	0,631	Valid
	y.4	0,728	0,631	Valid
	y.5	0,759	0,631	Valid
	y.6	0,874	0,631	Valid
	y.7	0,718	0,631	Valid
	y.8	0,786	0,631	Valid
Store Atmosphere (X1)	x1.1	0,694	0,631	Valid
	x1.2	0,703	0,631	Valid
	x1.3	0,879	0,631	Valid
	x1.4	0,681	0,631	Valid
	x1.5	0,792	0,631	Valid
	x1.6	0,851	0,631	Valid
	x1.7	0,746	0,631	Valid
	x1.8	0,809	0,631	Valid
	x1.9	0,749	0,631	Valid
	x1.10	0,880	0,631	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	x2.1	0,895	0,631	Valid
	x2.2	0,908	0,631	Valid
	x2.3	0,920	0,631	Valid
	x2.4	0,912	0,631	Valid
	x2.5	0,818	0,631	Valid
	x2.6	0,875	0,631	Valid

Sumber : oleh data peneliti, 2022

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini agar mengetahui tingkat dalam konsistensi atau stabilnya hasil instrumen dipergunakan untuk alat ukur sebuah objek ataupun responden.

Uji reliabilitas akan diolah dengan menggunakan SPSS versi 16. Adapun kriteria penelitian uji reliabel sebagai berikut:

- 1) Jika nilai koefisien *alpha* > tariff signifikan 0,60 menjukan reliabel
  - 2) Jika nilai koefisien *alpha* < tariff signifikan 0,60 menunjukan tidak reliabel
- Berdasarkan perhitungan nilai *Cronbach's Alpha* hasil disajikan sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	keterangan
Keputusan pembelian (Y)	0,872	0,6	Reliabel
Store atmosphere (X1)	0,919	0,6	Reliabel
Kualitas pelayanan (X2)	0,942	0,6	Reliabel

Sumber : oleh data peneliti, 2022

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

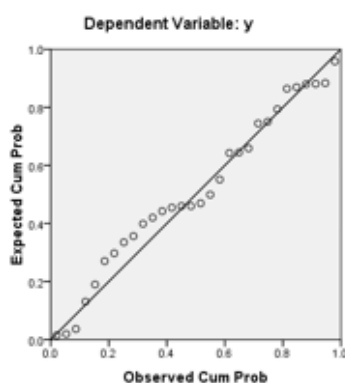
### 1. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas yaitu dengan mengetahui grafik yang ada pada normal probability plot. Hasil uji SPSS sebagai berikut:

**Gambar 1**  
Uji Normalitas  
Sumber: Output SPSS versi 16

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: output diolah 2022

Grafik probabilitas sesuai gambar diatas menyatakan data terdistribusi normal dengan ditandai adanya lingkaran atau titik pada data mengikuti garis diagonal, hal ini menunjukkan nilai dari pada residual berdistribusi menyatakan normal.

#### Uji Multikolinerearitas

Uji multikoleniaritas dilakukan untk memastikan apakah pada model regresi adanya interkorelasi setiap variabel bebas atau tidaknya. Berikut hasil diperoleh:

**Tabel 3**  
Uji Multikolinerita

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Store	0,749	1,355	Tidak ada gejala multikolinieritas
Atmosphere Kualitas Pelayanan	0,749	1,355	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber : Output SPSSversi 16

Dapat diambil kesimpulan dalam variabel store atmosphere maupun kualitas pelayanan memiliki nilai *tolrance* 0,749, nilai VIF 1.355. sedangkan variabel Kualitas pelayanan (X2) menyatakan nilai *tolerance* 0.749 dan VIF yaitu 1.355. maka tidak terjadi masalah multikolineartias dalam model regresi.

## Uji Autokorelasi

**Tabel 4**  
Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.762 <sup>a</sup>	.581	.550	1.959	1.721

a. Predictors: (Constant), x2, x1  
b. Dependent Variable: y

Sumber : Output SPSS versi 16

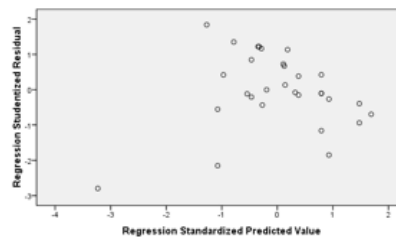
Dapat ditinjau dari output “Model Summary”, diketahui nilai dari pada Durbin Watson yaitu menyatakan 1.721 pada signifikan sebesar 5% dengan rumus  $(K;N)$ , batas dU yaitu 1567 dan kurang dari  $(4-du)$   $4-1567 = 2,433$  adapun jumlah dalam variabel independent dalam penelitian ini yaitu 2 atau  $K=2$  dan  $n=30$ .

## Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas yaitu uji asumsi klasik dengan tujuan untuk menguji dimana terdapat ketidak samaan varian dari pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya. Salah satu cara guna mendeteksi hal tersebut dengan meninjau pola lingkaran atau titik yang dinyatakan pada scatterplots regresi sebagai berikut:

Gambar 2

Uji Heteroskedastisitas  
Dependent Variable: y



Sumber : data primer, 2022

Dari grafik diatas *scatter plot* titik atau lingkaran menyebar random, dan menyebar baik dibawah ataupun diatas titik 0 pada sumbu Y. Hal ini dinyatakan jika heteroskedastisitas model regresi yaitu tidak terjadi.

## Uji Regresi Linier Berganda

Dengan hasil analisis regresi menggunakan SPSS 16 sebagai berikut:

**Tabel 5**  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.849	3.882			
	x1	.305	.097	.450	.750	1.333
	x2	.439	.147	.431	.750	1.333

a. Dependent Variable: y

Sumber : Output SPSS 16

Berdasarkan analisis dari regresi pada linier berganda diperoleh persamaan dari regresi dan keputusan pembelian yaitu:

$$Y = 12.849 + 0.305 X_1 + 0.439 X_2$$

Persamaan oleh regresi dengan makna :

a. Konstanta = 12.849

Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel Store atmosphere ( $X_1$ ) dan Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) = 0, jadi keputusan pembelian (Y) menyatakan nilai 12.849.

b. Koefisien  $X_1 = 0,305$

Nilai tersebut berarti bahwa jika Store Atmosphere ( $X_1$ ) meningkat satu satuan, jadi dalam keputusan pembelian (Y) meningkat 0.305 satuan jika asumsi ( $X_2$ ) besarnya tetap atau konstan. Maka variabel  $X_1$  bernilai positif mempengaruhi nilai keputusan pembelian

c. Koefisien ( $X_2$ ) = 0.439 berarti jika dalam kualitas pelayanan dibawah 1 satuan, maka dalam keputusan pembelian naik senilai 0.439 satuan. Dengan asumsi jika ( $X_1$ ) besarnya tetap dan konstan. Dengan begitu, variabel  $X_2$  yang bernilai positif akan mempengaruhi nilai keputusan pembelian.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi atau  $R^2$  berguna untuk berapa besarnya presentase pengaruh yang diberikan variabel bebas dengan bantuan SPSS versi 16 yaitu:

**Tabel 6**  
**Uji Autokorelasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.762 <sup>a</sup>	.581	.550	1.959	1.721

a. Predictors: (Constant), x2, x1  
b. Dependent Variable: y

Sumber : Output SPSS versi 16

Dalam tabel 6 diketahui nilai  $R^2$  yaitu 0,581 (58.1%). Jadi pengaruh variabel bebas yaitu 58.1% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain sebesar 41.9%.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji secara parsial dengan uji-t dapat menilai pengaruh dalam setiap variabel ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) dengan personal kepada keputusan pembelian (Y). Hasil uji-t dibandingkan 0,05 atau 5%

**Tabel 7**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.849	3.882		3.310	.003
	x1	.305	.097	.450	3.126	.004
	x2	.439	.147	.431	2.994	.006

a. Dependent Variable: y  
Sumber : output SPSS16

Berdasarkan output yang diolah menggunakan SPSS 16 maka uji t sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil hitung variabel (X1) yaitu  $0,004 < 0,05$  dengan  $t_{hitung} 3.126 > t_{tabel} 2.055$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. maka store atmosphere berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil hitung variabel (X2) yaitu  $0,006 < 0,05$  dengan  $t_{hitung} 2.994 > t_{tabel} 2.055$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan pada keputusan penjualan.

### Uji Signifikan Simultakn (Uji-F)

Hasil uji F dimaksudkan dapat menyatakan pengaruh store atmosphere dan kualitas pelyanan terhadap keputusan pembelian secara bersama dibawah ini:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	143.738	2	71.869	18.725	.000 <sup>a</sup>
Residual	103.629	27	3.838		
Total	247.367	29			

a. Predictors: (Constant), x2, x1  
b. Dependent Variable: y  
Sumber : output SPSS16

Didapat hasil perhitungan diatas nilai Fhitung = 18.725 > Ftabel = 2.87 atau nilai sig adalah  $0.000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan kesimpulan store atmosphere dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian di kaki empat petcare.

### PEMBAHASAN

1. Pengaruh Store Atmospher terhadap Keputusan pembelian

Didapat hasil uji t variabel ( $X_1$ ) store atmosphere dalam menunjukkan nilai  $t_{hitung} 3.310$  dan nilai signifikan  $0.004 > \alpha 0,05$ . Maka dinyatakan  $H_1$  diterima. Variabel store atmosphere secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian di Kaki Empat Petcare. Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya oleh [2] yang menyimpulkan variabel store atmosphere berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian.

Dapat disimpulkan store atmosphere pada kaki empat petcare berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kaki empat petcare menerapkan store atmosphere yang baik untuk kenyamanan para konsumennya, dengan memberikan display yang baik, aroma, kebersihan yang diterapkan sangat baik sehingga pembeli dapat mempengaruhi keputusan pembelian. sesuai dengan [4] menyatakan bahwa store atmosphere secara signifikan berpengaruh oleh keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian

Didapat hasil uji-t variabel ( $X_2$ ) kualitas Pelayanan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  2.994 dan nilai signifikan  $0.006 < \alpha 0.05$  maka dinyatakan  $H_2$  diterima. Variabel kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan di Kaki Empat Petcare. Hasil ini didukung dengan penelitian [5] menyimpulkan yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan pada kaki empat berpengaruh pada keputusan pembelian yaitu dalam memberikan respon yang baik, empati yang diberikan dan pengetahuan dalam setiap produk. Dari kesimpulan tersebut sejalan dengan [6] yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Didapatkan hasil uji simultan (Uji F) 0.000 yaitu nilai signifikan uji-F, yang berarti dibawah tingkat signifikan yaitu 0.05.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, store atmosphere berpengaruh signifikan dengan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara simultan. Didapat ( $R^2$ ) 58.1% . sisanya senilai 41.9% dipengaruhi oleh faktor yang ada diluar penelitian. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu oleh [7] menyatakan bahwa seluruh variabel yang diteliti terbukti berpengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian secara simultan.

Hal ini sesuai dengan [8] yang menyatakan secara bersamaan variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## KESIMPULAN

Dengan beberapa analisis yang dilakukan, maka hipotesis yang diajukan penelitian ini sebanyak tiga hipotesis. Dengan memberikan kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Store atmosphere kepada keputusan pembelian di Kaki Empat Petcare.
2. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan kepada keputusan pembelian di Kaki Empat Petcare.
3. Store atmosphere serta kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian di Kaki Empat Petcare secara simultan.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Indrasari M. Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Surabaya 60283 Jawa Timur, Indonesia: 2019.
- [2] Soegiarto KPU, Masreviastuti. Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Alfabeta Mart Malang. J Apl Bisnis Politek Negeri Malang 2019;5:89–92.
- [3] Rahma A, Yuliaty AL. Pengaruh Store Atmosphere Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari Department Store. E-Proceeding Manag 2019;6:6252.
- [4] Kartika DM, Syahputra. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. J Ecodemica 2017;1:162–71.
- [5] Syafrudin AF, Arifin R, Mustapita AF. Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Depo Bangunan Malang). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 2018:121.
- [6] Nur Faiza IY, Basuki R sugeng. Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di house of pet malang. J A B J Apl Bisnis 2018;4:329–33.
- [7] Suryanti, Saputra J, Asral. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian 2022:23–33.
- [8] Djohansjah C, Pratomo CV. Analisis pengaruh store atmosphere, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di caturra espresso. J Hosp Dan Manaj Jasa 2017;5:404–18.