

“PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SUASANA TOKO DAN KENYAMANAN BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET SULTHAN MART”

Muhammad Nizar Fauzi Romzi¹, Subagyo², Wahyu Widodo³

“Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur”

nizarfauziromzi@gmail.com

“Abstract”

The intense competition in the retail business in the community is the background of this research. With the intense competition, retail business actors must be extra in influencing consumers to shop at their stores. The research was conducted at the Sulthan Mart Minimarket located in Mekikis Village, Purwoasri District, Kediri Regency. This research was conducted to find out how the influence of product completeness, store atmosphere and convenience of shopping on purchasing decisions. Respondents from this study were buyers at the Sulthan Mart Minimarket randomly with a total of 40 respondents. The method in this study is quantitative which uses a questionnaire and is processed with SPSS v.23. The results of this study are product completeness partially has a significant effect on purchasing decisions, shop atmosphere partially has no significant effect on purchasing decisions, shopping convenience partially has a significant effect on purchasing decisions. Product completeness, store atmosphere and convenience of shopping together or simultaneously have a significant effect on purchasing decisions

Keywords: Product Completeness, Store Atmosphere, Shopping Convenience, Purchase Decision

“Abstrak”

Ketatnya persaingan bisnis ritel dimasyarakat adalah yang melatar belakangi penelitian ini. Dengan adanya persaingan yang ketat para pelaku bisnis ritel harus lebih ekstra dalam mempengaruhi konsumen berbelanja ditokonya. Penelitian dilaksanakan pada Minimarket Sulthan Mart yang berlokasi pada Desa Mekikis, Kecamatan Purwoasri, Kabupaten Kediri. Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana kelengkapan produk, suasana toko dan kenyamanan berbelanja dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Responden dari penelitian ini adalah pembeli pada Minimarket Sulthan Mart secara acak sejumlah 40 responden. Metode dalam penelitian ini ialah kuantitatif yang mana dengan menggunakan kuesioner dan diolah dengan spss v.23. Hasil dari penelitian ini adalah kelengkapan produk secara *partiality* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Susana toko secara *partiality* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kenyamanan berbelanja secara *partiality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kelengkapan produk, suasana toko serta kenyamanan berbelanja secara Bersama sama atau simultan memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian

Keywords: Kelengkapan Produk, Suasana Toko, Kenyamanan Berbelanja, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Pada saat ini banyak sekali muncul kompetitor-kompetitor dalam sebuah bisnis. Terutama pada bisnis ritel, oleh karena itu persaingan bisnis menjadi sangat ketat. Pertumbuhan bisnis sektor ritel di Indonesia saat ini semakin meningkat, hal ini terjadi karena pengusaha, baik dalam maupun luar negeri yang terus menerus melakukan kegiatan dalam mengembangkan usahanya. Konsep baru dunia ritail dapat menarik perhatian konsumen karena menawarkan sesuatu yang baru yang dapat menimbulkan rasa senang dalam berbelanja. Kelebihan-kelebihan itulah yang membuat konsep baru ini sangat dipertimbangkan oleh konsumen sebagai tempat tujuan berbelanja menggeser pasar-pasar tradisional [1]. Pertumbuhan Ritel negara kita Indonesia dilaporkan meningkat sebesar 5.5 % pada 2022-09. Rekor ini naik dibanding bulan sebelumnya yaitu 4.9 % untuk 2022-08. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 8.1 % dari 2011-01 sampai 2022-09, dengan 141 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada 2013-12 dan rekor terendah sebesar -20.6 % pada 2020-05 [2]. Faktor yang menjadi target dari sebuah usaha salah satunya adalah keputusan pembelian, oleh karena itu pelaku usaha harus menguasai apa yang diinginkan para

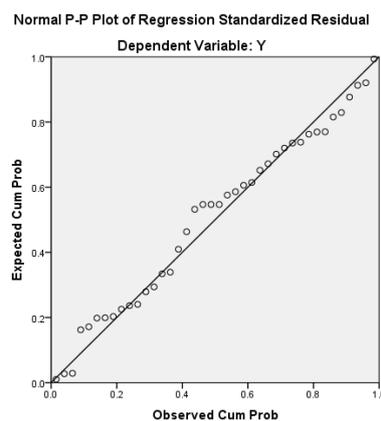
konsumen agay menjadi konsumen yang loyal. Berbagai cara dilakukan oleh pelaku usaha agar konsumen menjadi loyal, salah satunya adalah dengan memperhatikan kelengkapan produk. Hasil penelitian [3] menyatakan kelengkapan produk mempunyai pengaruh positif dalam keputusan pembelian untuk konsumen, Jika sebuah store mempunyai ragam produk untuk dijual, maka akan menarik minat bagi calon pembeli guna berbelanja di store itu. Pada penelitian yang dilakukan pada Minimarket Sulthan Mart yang beralamat di Mekikis, Kec. Purwoasri, Kabupaten Kediri. Minimarket Sulthan Mart masih terdapat kelengkapan produk yang kurang lengkap karena masih banyak rak-rak yang masih belum terisi, dan terdapat beberapa konsumen yang kembali karena tidak menemukan produk yang akan di belinya. Selain memperhatikan kelengkapan produk, pelaku usaha harus juga memperhatikan bagaimana tatanan toko atau suasana toko, menurut [4] Suasana toko merupakan atmosphere di dalam store yang terciptanya perasaan tertentu didalam hati pembeli yang ditimbulkan dari penggunaan unsur design interior seperti pengaturan pencahayaan, musik, pengaturan udara, serta layanan. Suasana toko yang diberikan oleh Minimarket Sulthan Mart masih kurang dalam pemilihan interior untuk toko, terutama pada pemilihan warna lantai yang berwarna kurang senada dengan tembok. Selain itu untuk mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen hal yang harus di perhatikan ialah kenyamanan konsumen dalam berbelanja, Menurut [5], Kenyamanan adalah rasa aman dari konsumen atas pelayanan yang baik kepada konsumen. Pada Minimarket Sulthan Mart sendiri untuk kenyamanan berbelanja masih kurang, meskipun Minimarket Sulthan Mart memiliki tempat parkir yang luas akan tetapi lokasi toko yang berada di pinggir jalan raya lintas kota menyebabkan risiko keamanan kendaraan konsumen.

METODE

Penelitian ini digunakan metode secara kuantitatif guna mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat antara ketiga *Variable independent* dengan *variable dependent*. Peneliti menetapkan responden sejumlah 40 orang yang berasal dari pembeli di Minimarket Sulthan Mart, yang mana diperoleh responden sejumlah 40 berasal dari jumlah variable dikali 10. yang menggunakan teknik non probability sampling dnegan menggunakan metode kebetulan. Kemudian dari jawaban para responden akan diolah menggunakan bantuan *software spss v.23*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas



Gambar 1 Uji Normalitas

Sumber: Spss V.23

Dari hasil normalitas menampilkan bahwa hasil *point* tersebar disekitar garis miring serta turut arah *line diagonal*. Hasil tersebut dapat dinyatakan data pada *variable* ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

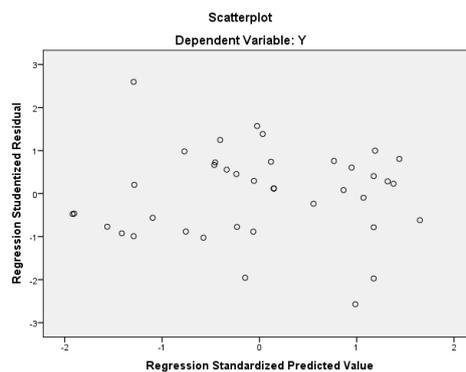
Tabel 1 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9,849	4,483		2,197	,035		
X1	,459	,126	,473	3,648	,001	,928	1,078
X2	,134	,113	,166	1,192	,241	,806	1,240
X3	,437	,143	,429	3,067	,004	,796	1,257

Sumber : Spss V.23

Bedasarkan dari hasil multikolinearitas tersebut dapat diketahui bahwa *variable* lokasi, brand image dan promosi memiliki nilai toleransi sebesar : 9.849;0,459;-0,134;0,437 yang lebih besar dari niali 0,10 serta *Variation Inflation factor* (VIF) sebesar 1,078;1,240;1,257 yang lebih kecil dari 10. Oleh karena itu dinyatakan bahwa *variable-variable* diatas tidak terdapat kendala pada multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2 Scatterpoints

Sumber: Spss V.23

Berdasarkan uji heterokedasitas didapatkan *point* tersebar pada bawah serta atas angka nol (0) dalam sumbu Y. Peristiwa ini menyimpulkan tidak terjadi masalah pada heteroskedastisitas. “

Uji Autokorelasi

Tabel 2 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.662 ^a	,439	,392	1,747	2,380

Sumber : Spss V.23

Dari tabel diatas mendapat nilai DW 2.380 serta diperoleh dL sebesar 1,747 serta dU sebesar 1,659. Nilai persamaan dari $4 - dU = 4 - 1,659 = 2,380$ atau $dU < DW < 4 - dU$ atau $1,659 < 1,747 < 2,380$, sehingga pada model regresi ini terbebas dari masalah autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 3 Analisis Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9,849	4,483		2,197	,035		
X1	,459	,126	,473	3,648	,001	,928	1,078
X2	,134	,113	,166	1,192	,241	,806	1,240
X3	,437	,143	,429	3,067	,004	,796	1,257

Sumber: Spss V.23

Pada tabel tiga (3) diperoleh persamaan pada regresi linier berganda seperti berikut:
 $Y=9.849+0,459X_1+0,134X_2+0,437X_3+e$

a. $\alpha = 9.849$

Artinya apabila ada pengaruh kelengkapan produk (X_1), Susana toko (X_2), kenyamanan berbelanja (X_3) maka Keputusan Pembelian (Y) adalah 9.849 satuan.

b. $b_1 = 0,459$

Apabila terdapat kenaikan nilai pada kelengkapan produk sebesar satu, maka keputusan pembelian akan mendapatkan kenaikan nilai = 0,459

c. $b_2 = 0.134$

Artinya apabila mendapatkan kenaikan pada suasana toko sebesar (1) satuan, keputusan pembelian akan mendapatkan kenaikan nilai = 0.134

d. $b_3 = 0.437$

Apabila terdapat kenaikan pada kenyamanan berbelanja sebesar (1) satuan, maka pada keputusan pembelian akan mendapatkan kenaikan nilai = 0.437

Koefisien Determinasi

Tabel 4 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.662 ^a	.439	.392	1,747	2,380

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Spss V.23

Hasil diatas dijelaskan bahwa besarnya dari koefisien determinasi atau Adjusted R square = 0,392 memiliki arti 39,2%. Model ini menunjukkan besar dari kelengkapan produk, suasana toko serta kenyamanan berbelanja mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 39,2%. Yang mana 60,8% dijelaskan oleh variable lainnya.

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	9,849	4,483			2,197	,035
X1	,459	,126	,473		3,648	,001
X2	,134	,113	,166		1,192	,241
X3	,437	,143	,429		3,067	,004

a. Dependent Variable: Y
Sumber : Spss v.23

- Variable* kelengkapan produk memperoleh t hitung = 3,648 dan taraf signifikan $0.01 < 0.05$, memiliki arti *variable* kelengkapan produk (X1) terdapat pengaruh yang signifikan dalam keputusan pembelian pada Minimarket Sulthan Mart.
- Pada *variable* suasana toko memperoleh t hitung = 1.192 dengan taraf signifikan $0.241 > 0.05$, berarti *variable* suasana toko (X2) tidak mendapat pengaruh secara signifikan dalam keputusan pembelian pada Minimarket Sulthan Mart.
- Pada *variable* kenyamanan berbelanja memperoleh t hitung = 3,067 dan taraf signifikan $0.04 < 0.05$, berarti *variable* kenyamanan berbelanja (X3) terdapat pengaruh signifikan dalam keputusan pembelian di Minimarket Sulthan Mart.

Uji F

Tabel 5 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.907	3	28.636	9.383	.000 ^b
	Residual	109.868	36	3.052		
	Total	195.775	39			

Sumber: Spss v.23

Pada Uji F ditemukan hasil signifikan dengan nilai 0.000 yang dapat diartikan ketiga *variable* pada model penelitian ini (kelengkapan produk, suasana toko serta kenyamanan berbelanja)terdapat pengaruh bersama-sama pada keputusan pembelian di Minimarket Sulthan Mart.

KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini ialah kelengkapan produk secara *partiality* mempunyai pengaruh signifikan dalam keputusan pembelian di Minimarket Sulthan Mart, Pada *variable* suasana toko secara *partiality* tidak terdapat pengaruh dalam keputusan pembelian di Minimarket Sulthan Mart, Pada *variable* kenyamanan berbelanja terdapat pengaruh secara *partiality* pada keputusan pembelian pada Minimarket Sulthan Mart, ketiga *variable* tersebut simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sulthan Mart dari penelitian ini didapatkan hasil agar dapat menambah pemikiran bagi pemilik Minimarket Sulthan Mart diharapkan agar memperhatikan suasana toko guna meningkatkan keputusan pembelian. Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk menambah dan mengembangkan hasil penelitian ini dengan membahas faktor lain yang bisa memberi pengaruh *variable* keputusan pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Sopiah dan Syihabudin, *Manajemen Bisnis Ritel*. Andi Offset, 2020.
- [2] CEID, "Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel," 2022. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth#:~:text=Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan,-09%2C dengan 141 observasi>.
- [3] Suparyanto dan Rosad (2015, "Pengaruh Kelengkapan Produk, Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar," *Suparyanto dan Rosad*, vol. 5, no. 3, pp. 248–253, 2020.
- [4] T. K. G. Bujung, A. L. Tumbel, and R. Y. Lumantow, "Pengaruh Suasana Toko Dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tekstil Kawangkoan the Influence of Store Atmosphere and Store Image on Consumer Purchase Decisions in Toko Tekstil Kawangkoan," *J. EMBA*, vol. 8, no. 4, pp. 1000–1009, 2020.
- [5] S. S. Utami, "Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe & Resto," *Ekon. Manaj.*, 2018.