

Jurnal Strategi dan Bisnis

**Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap Kinerja Usaha
(Studi pada UMKM Sektor Manufaktur di Kecamatan Tempurejo)
(Hendra Aris Setiawan, Nungky Viana Feranita)**

**Pemberdayaan Ekonomi Rakyat dan Pengembangan Inovasi Pedesaan
(Abdul Kholiq Azhari)**

**Analisis Hubungan Simultan Nilai Tukar Riil, GDP Amerika Serikat dan Neraca
Perdagangan Indonesia Periode 1995:Q1-2015:Q4
(Erik Stefano Margono, Made Siti Sundari, Mintarti Ariani)**

**Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Toko terhadap Keputusan Pembelian
pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember
(Bella Riska Awanda, Didik Eko Julianto, Sri Wahjuni)**

**Rural Branding Sebagai Keunggulan Kompetitif Sebuah Desa Wisata
(Eny Endah Pujiastuti)**

**Transformasi Nilai dalam Pelayanan Publik (Kajian Teoritis Dalam Perspektif
Manajemen Publik)
(Anastasia Murdyastuti)**



**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember**

REDAKSI JURNAL STRATEGI DAN BISNIS

Penanggung Jawab

Didik Eko Julianto

Redaktur

Zarah Puspitaningtyas

Penyunting

Djoko Poernomo

Redaktur Pelaksana

Edy Wahyudi

Sasongko

Akhmad Toha

Suhartono

Aryo Prakoso

Yeni Puspita

Desain Grafis

Chandra Eko Wahyudi Utomo

Anggota

Indaryani

Edi Suryanto

Toufan Wahyudi Oktian Darto

Mitra Bestari

Sam'un Jaja Rahardja (Universitas Padjadjaran, Bandung)

Martani Huseini (Universitas Indonesia, Jakarta)

Togar M. Simatupang (Institut Teknologi Bandung, Bandung)

Fitri Abdillah (STP Tri Sakti, Jakarta)

Poerwanto (Praktisi Komunikasi Bisnis)

Diterbitkan Oleh

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Anggota Asosiasi Ilmu Administrasi Bisnis Indonesia (AIABI)

Alamat Redaksi

Ruang Redaksi Strategi & Bisnis Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Jl. Kalimantan No. 37 Jember 68121

Telp./Fax. 0331 – 335586

Surel: jurnal.adbis@unej.ac.id

Laman: <http://www.adbis.fisip.unej.ac.id>

Salam Redaksi

Jurnal Volume 6 Nomor 2 edisi Oktober 2018 ini mengupas tentang kebijakan dan strategi baik dalam perspektif bisnis maupun publik. Dalam perspektif bisnis membahas tentang bagaimana mencapai kinerja usaha yang optimal, keunggulan kompetitif, membangun jiwa *entrepreneur* bagi generasi muda, menciptakan keseimbangan neraca perdagangan. Sedangkan dalam perspektif publik, memaparkan tentang kajian teoretis transformasi nilai dalam pelayanan publik.

Semoga pembaca dapat menyerap artikel-artikel penting pada edisi ini dan tentunya dapat berguna dalam pengembangan strategi kebijakan dan pengalaman bisnis. Dewan redaksi mengucapkan selamat membaca!

Redaksi

Oktober 2018



DAFTAR ISI

Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap Kinerja Usaha (Studi pada UMKM Sektor Manufaktur di Kecamatan Tempurejo)	
Hendra Aris Setiawan, Nungky Viana Feranita	97
Pemberdayaan Ekonomi Rakyat dan Pengembangan Inovasi Pedesaan	
Abdul Kholiq Azhari	109
Analisis Hubungan Simultan Nilai Tukar Riil, GDP Amerika Serikat dan Neraca Perdagangan Indonesia Periode 1995:Q1-2015:Q4	
Erik Stefano Margono, Made Siti Sundari, Mintarti Ariani	123
Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Lokasi Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember	
Bella Riska Awanda, Didik Eko Julianto, Sri Wahjuni	139
<i>Rural Branding</i> Sebagai Keunggulan Kompetitif Sebuah Desa Wisata	
Eny Endah Pujiastuti	153
Transformasi Nilai dalam Pelayanan Publik (Kajian Teoritis Dalam Perspektif Manajemen Publik)	
Anastasia Murdyastuti	167

Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember

Bella Riska Awanda¹, Didik Eko Julianto², Sri Wahjuni³
bellariska24@gmail.com

Abstract

The competitive competition has required Rindang Khatulistiwa to implement the right marketing strategies to make consumers come to the store. The strategies used were store atmosphere and store location. The store atmosphere is the management of store layout, lighting, music rhythm and servant hospitality. The store location is in the form of choosing strategic location which is easily accessible to consumers and has an easy and smooth access. Based on the phenomena and several previous studies that have been described, the researchers were interested in conducting research on the effect of store atmosphere and store location on purchasing decisions at Rindang Khatulistiwa Store. This Non-Probability Sampling research employed a quantitative approach with an Accidental Sampling approach. The population in this study was 161,499 consumers of Rindang Khatulistiwa who purchased in 2017, while the sample was 100 respondents. Data were analyzed by using validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The result of multiple linear regression analysis was $Y = 12,852 + 0,182 + 0,244 + e$. It indicated that there was positive effect of variables X_1 and X_2 on variable Y . The result of t test could be seen that $t_{count} > t_{table}$ that was $3,363 > 1,984$ for store atmosphere and $2,969 > 1,984$ for store location, then the hypothesis was acceptable. R^2 test result showed a value of 56.2%. It indicated that the effect of store atmosphere and store location on purchasing decisions at Rindang Khatulistiwa was 56.2%, and 43% was influenced by other factors outside this research.

Keywords: Store Atmosphere, Store Location, and Purchasing

Abstrak

Persaingan yang kompetitif menuntut Toko Rindang Khatulistiwa Jember untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mendatangkan konsumen. Strategi yang digunakan oleh Toko Rindang Khatulistiwa berupa strategi store atmosphere dan lokasi toko. *Store atmosphere* berupa pengelolaan tata letak toko, pencahayaan, irama musik dan keramahan pelayan. Sedangkan lokasi toko berupa pemilihan lokasi yang strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen dan memiliki akses yang mudah dan lancar. Berdasarkan fenomena dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *store atmosphere* dan lokasi toko terhadap keputusan pembelian pada Toko Rindang Khatulistiwa. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Acidental Sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Rindang Khatulistiwa Jember yang melakukan

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UNEJ

^{2,3} Dosen pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

pembelian pada tahun 2017 berjumlah 161.499 orang, sedangkan sampel berjumlah 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan $Y = 12,852 + 0,182 + 0,244 + e$, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y. Hasil uji t dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $3,363 > 1,984$ untuk *store atmosphere* dan $2,969 > 1,984$ untuk lokasi toko, maka hipotesis dapat diterima. Hasil uji R^2 menunjukkan nilai sebesar 56,2%, menunjukkan bahwa pengaruh *store atmosphere* dan lokasi toko terhadap keputusan pembelian pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember sebesar 56,2% dan sebesar 43% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Store atmosphere*, lokasi toko dan keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di Indonesia semakin meningkat, dibuktikan dari pertumbuhan Produk Domestik Bruto riil yang diperkirakan mencapai 5,1 persen pada tahun 2017 meningkat menjadi 5,3 persen pada tahun 2018 (sumber: www.worldbank.org). Fenomena tersebut terjadi karena pengusaha yang berasal dari dalam maupun luar negeri terus melakukan kegiatan untuk mengembangkan usahanya di Indonesia. Bisnis ritel modern pada masa sekarang berkembang dalam bentuk toko serba ada, seperti *hypermart*, *supermarket*, dan *minimarket* yang menjadi pilihan utama sebagai tempat berbelanja bagi konsumen di Indonesia.

Persaingan antar perusahaan ritel tidak hanya terpaku pada harga, tetapi juga menyangkut variabel lain seperti *store atmosphere* yang berkaitan dengan pengalaman belanja konsumen. Usaha ritel atau eceran (*retailing*) adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis. Salah satu *retailer* atau badan usaha yang melakukan usaha

ritel adalah toko dengan segala macam bentuknya, seperti toserba, *minimarket*, *hypermarket*, *supermarket*, hingga yang terkecil adalah toko kelontong/eceran. Bisnis ritel pada dasarnya mempunyai dua hal penting yang dapat ditawarkan kepada konsumen, yaitu produk dan teknik menampilkan produk tersebut sehingga terlihat menarik.

Salah satu bisnis ritel yang berada di Kabupaten Jember adalah toko peralatan rumah tangga Rindang Khatulistiwa. Toko Rindang Khatulistiwa merupakan pelaku bisnis ritel yang berdiri relatif lama, toko ini telah berdiri sejak tahun 2011 dan berawal dari bisnis *iseng-iseng* yang akhirnya menjadi besar. Toko Rindang Khatulistiwa termasuk ke dalam jenis toko khusus (*specialty store*) karena toko tersebut hanya menjual peralatan khusus untuk kebutuhan rumah tangga, seperti contohnya panci, wajan, lemari dll. Banyak pelaku bisnis ritel khususnya dibidang peralatan rumah tangga yang berkembang di Jember dengan menawarkan produk yang tidak kalah menarik tetapi tetap saja banyak konsumen yang memilih berkunjung ke toko Rindang. Toko Rindang Khatulistiwa Jember melakukan

perbaikan demi perbaikan dalam menciptakan *store atmosphere*, serta pemilihan lokasi toko yang strategis yang berada di tengah pusat keramaian

daerah kampus, sehingga lebih menarik dan menggugah minat konsumen untuk masuk ke dalam toko.

Tabel 1. Beberapa Toko Peralatan Rumah Tangga di Jember

No.	Nama Toko	Alamat
1	Harli Home&Cook	Jl. Gajah Mada No.267, Kaliwates
2	Ramai Jaya	Jl. Dharmawangsa, Rambipuji
3	Aneka Jaya	Jl. Dharmawangsa, Rambipuji
4	Toko Thamrin 1000	Jl. Sumatra, Sumbersari
5	Rindang Khatulistiwa	Jl. Kalimantan No.23, Tegal Boto, Sumbersari
6	Toko Semar	Jl. Letjen Sutoyo No.2, Kebonsari
7	Toko Kita Jaya	Jl. Trunojoyo No.137, Kaliwates

Sumber: Observasi peneliti, 2018

Pada tabel 1 adalah beberapa toko peralatan rumah tangga yang ada di Jember. Beberapa toko tersebut juga menawarkan *store atmosphere* yang menarik bagi konsumen, namun para konsumen tetap memilih untuk berbelanja kebutuhannya di toko Rindang Khatulistiwa. Seperti misalnya pada toko Harli Home&Cook yang menawarkan *store atmosphere* yang lebih menarik seperti irama musik yang lebih tenang, pencahayaan yang terang serta tata letak toko (*store layout*) yang lebih tertata rapi dibandingkan dengan di toko Rindang Khatulistiwa. Namun, berdasarkan pada observasi yang telah peneliti lakukan banyak dari konsumen lebih memilih berbelanja di toko Rindang Khatulistiwa dikarenakan lokasi yang lebih mudah dijangkau oleh konsumen karena berada di pusat keramaian.

Toko Rindang sendiri memiliki wilayah yang luas, selain toko peralatan rumah tangga dalam kawasan tersebut juga terdapat *stand food court* yang menambah keunggulan toko tersebut. *Stand foodcourt* yang ada pada toko Rindang menjual berbagai makanan dan minuman yang dapat menjadi pilihan konsumen ketika mengunjungi toko. Jadi konsumen yang datang, selain berbelanja kebutuhan peralatan rumah tangga juga dapat berwisata kuliner.

Meskipun ada beberapa dari toko tersebut yang menerapkan strategi yang sama dengan toko Rindang Khatulistiwa, namun terdapat perbedaan diantaranya sehingga layak untuk dijadikan objek penelitian, hal itu dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Perbedaan Toko Peralatan Rumah Tangga di Jember

Nama Toko	Audio	Pencahayaan	Tata Letak	Lingkungan Sekitar
Toko Thamrin 1000	Tidak Ada	Terang	Berlawanan Arah	Toko tunggal
Rindang Khatulistiwa	Ada	Terang	Memutar	Terdapat stand makanan dan minuman
Toko Semar	Ada	Terang	Bebas	Toko tunggal

Sumber: Data diolah dari observasi pendahuluan (2018)

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa toko Rindang Khatulistiwa memiliki perbedaan dengan yang lainnya. Pertama, dapat dilihat dari adanya audio atau irama musik dan pencahayaan yang terang. Kedua, memiliki tata letak toko dengan pola memutar, hal tersebut memudahkan lalu lintas konsumen di dalam toko agar tidak berdesakan. Ketiga adalah adanya *stand* makanan dan minuman yang berada di area yang sama dengan toko, *stand* tersebut menjadi keunggulan toko yang berbeda dengan para pesaingnya. Area toko Rindang Khatulistiwa yang tidak hanya terdiri satu toko tunggal membuat konsumen memiliki pilihan dalam berbelanja, karena selain membeli kebutuhan akan peralatan rumah tangga mereka juga dapat membeli makanan dan minuman. Toko Rindang Khatulistiwa selalu ramai dikunjungi oleh konsumennya. Alasan dipilihnya Toko Thamrin 1000 dan Toko Semar sebagai pesaing dari toko Rindang Khatulistiwa adalah karena kedua toko tersebut setara dengan Rindang. Pertama dari segi lokasi, semuanya berada di kawasan yang tidak terlalu jauh. Kedua dari segi penjualan, semua toko tersebut banyak melayani pembelian untuk keperluan pribadi dan bukan bisnis yang untuk dijual kembali.

Toko Rindang Khatulistiwa Jember sudah sangat dikenal dikalangan masyarakat Jember, dikarenakan lokasi toko yang terlihat dari jalan raya dan memiliki akses jalan yang mudah, selain itu papan nama toko yang besar memudahkan pengendara bisa melihat dengan jelas keberadaan toko tersebut. *Store atmosphere* yang ada pada toko meliputi pencahayaan yang terang,

terdapat irama musik seperti lagu-lagu yang sedang trend, penataan rak yang memudahkan lalu lintas pengunjung, dan keramahan karyawan terhadap pengunjung membuat pembelian terus meningkat. Hingga saat ini toko Rindang Khatulistiwa masih menjadi pilihan utama masyarakat untuk membeli peralatan rumah tangga. Selain penciptaan *store atmosphere* yang didukung dengan pelayanan yang baik dari karyawan ketika konsumen kesulitan menemukan barang yang dicari, juga dikarenakan lokasi toko yang strategis.

Alasan dipilihnya toko peralatan rumah tangga Rindang Khatulistiwa dalam penelitian ini karena toko Rindang Khatulistiwa mampu menghadapi persaingan dengan toko peralatan rumah tangga yang semakin banyak di Jember dengan menerapkan strategi *store atmosphere*. Pada masa sekarang, masyarakat lebih memilih untuk berbelanja dengan mudah dan efisien terhadap waktu disebabkan oleh kesibukan masing-masing dari konsumen. Menurut *supervisor* toko Rindang Khatulistiwa peningkatan jumlah konsumen terjadi pada malam hari, dimana sebagian besar dari konsumen telah memiliki waktu luang untuk berbelanja setelah kegiatan padat pada siang hari. Toko Rindang Khatulistiwa menciptakan *store atmosphere* dengan adanya irama musik, pencahayaan yang tidak terlalu menyilaukan sehingga konsumen merasa senang dan berlama-lama berada di dalam toko. Namun, penciptaan *store atmosphere* tersebut tidak selalu berpengaruh sama setiap bulannya. Berikut disajikan data volume pendapatan Rindang Khatulistiwa selama tahun 2017:

Tabel 3. Perbandingan Volume Pendapatan Toko Rindang Khatulistiwa dan Toko Semar pada Tahun 2017

Bulan	Pendapatan	
	Rindang Khatulistiwa	Toko Semar
Januari	Rp. 445.991.450	Rp. 98.000.678
Februari	Rp. 486.280.850	Rp. 87.980.345
Maret	Rp. 481.734.300	Rp. 95.093.865
April	Rp. 481.803.550	Rp. 96.783.923
Mei	Rp. 481.060.250	Rp. 88.000.456
Juni	Rp. 428.128.900	Rp. 85.734.246
Juli	Rp. 641.453.650	Rp. 78.875.342
Agustus	Rp. 937.363.800	Rp. 87.980.345
September	Rp. 689.975.400	Rp. 88.634.872
Oktober	Rp. 663.913.350	Rp. 80.345.237
November	Rp. 655.369.790	Rp. 81.345.232
Desember	Rp. 633.953.790	Rp. 82.457.224

Sumber: data toko Rindang Khatulistiwa 2017

Berdasarkan tabel 3, volume pendapatan toko Rindang Khatulistiwa mengalami fluktuasi. Pada bulan Juli – Agustus mengalami kenaikan pendapatan yang cukup signifikan dibandingkan dengan bulan-bulan yang lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan *supervisor* toko, hal ini dikarenakan pada bulan tersebut merupakan tahun ajaran baru yang mendatangkan penduduk baru di Jember yaitu mahasiswa-mahasiswa yang baru diterima di universitas yang ada di Jember. Lokasi toko yang berada di sekitar kampus, menyebabkan toko Rindang Khatulistiwa ramai dikunjungi pada tahun ajaran baru sehingga menimbulkan kenaikan pendapatan yang cukup tinggi. Namun, pada bulan berikutnya yaitu bulan September, juga terjadi penurunan pendapatan yang signifikan. Hal ini dikarenakan aktivitas sudah berjalan normal kembali seperti bulan-bulan sebelumnya.

Stimuli yang disebabkan oleh *store atmosphere* yang berbeda akan mempengaruhi keputusan pembelian. Perubahan yang dilakukan oleh toko Rindang selama tiga tahun terakhir

banyak terdapat pada lingkungan *store atmosphere*, yaitu yang pada awalnya di dalam toko tidak terdapat irama musik, penataan barang yang tidak rapi, dan lalu lintas konsumen di dalam toko terhambat, serta penataan rak yang tidak rapi. Namun perlahan banyak dilakukan perubahan, dimulai dari memperlebar luas toko yang menyebabkan rak dapat lebih tertata dengan rapi, lalu lintas konsumen yang lancar dan yang terakhir adalah menambahkan irama musik yang membuat konsumen betah berlama-lama di dalam toko dan melakukan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah pembeli dari toko Rindang Khatulistiwa berdasarkan rekap data struk toko.

Berikut data pembelian pada tahun 2017.

Tabel 4. Data Jumlah Pembelian pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember pada Tahun 2017

Bulan	Jumlah Pembelian
Januari	9282
Februari	10881
Maret	11505
April	11076
Mei	11544
Juni	8892
Juli	11661
Agustus	31668
September	14664
Oktober	14040
November	13650
Desember	12636

Berdasarkan tabel 4, toko Rindang Khatulistiwa pada tahun 2017 tidak selalu mengalami kenaikan, ada kalanya jumlah pembelian mengalami penurunan. Terjadi kenaikan jumlah pembelian yang signifikan pada bulan Agustus, dimana jumlah pembelian mencapai angka 31.668. Toko Rindang Khatulistiwa menjual peralatan rumah tangga yang tidak setiap hari orang membutuhkannya, namun karena kebutuhan setiap manusia berbeda maka transaksi pada toko tersebut terus berjalan setiap harinya. Terbukti dengan tetap adanya ribuan transaksi yang terjadi disetiap bulannya sepanjang tahun 2017. Fluktuasi pembelian tersebut dikarenakan oleh *store atmosphere* yang ditawarkan toko Rindang Khatulistiwa sangat menarik minat belanja konsumen, serta lokasi yang tepat berada ditengah pusat keramaian yaitu berada di sekitar kampus Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, dan Politeknik Negeri Jember.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka yang

menjadi rumusan penelitian ini adalah “adakah pengaruh secara parsial *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian, lokasi toko terhadap keputusan pembelian dan secara simultan *store atmosphere* dan lokasi toko terhadap keputusan pembelian pada toko Rindang Khatulistiwa Jember?”

Tinjauan Pustaka

Store Atmosphere

Store atmosphere dapat memberikan suasana yang menyenangkan, selain itu juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual. *Store atmosphere* dapat menentukan citra toko itu sendiri. Citra toko yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bertahan pada persaingan usaha yang akan menghasilkan pelanggan yang loyal. *Store atmosphere* merupakan sarana komunikasi yang dapat berakibat positif dan menguntungkan apabila dikemas semenarik mungkin, tetapi sebaliknya juga berakibat buruk terhadap proses pembelian. Konsumen yang merasa betah saat berada di toko tersebut akan memutuskan untuk melakukan pembelian di toko tersebut. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen selain didasarkan pada suasana toko (*store atmosphere*) juga berdasarkan pada lokasi toko yang mudah dijangkau oleh konsumen dan memiliki akses yang mudah. Lokasi toko adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Tjiptono, 2002:92). Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan dan waktu tempuh ke lokasi tujuan, serta akses

yang mudah untuk menuju lokasi toko tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk atau tergolong dalam penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010:12), suatu penelitian disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sesuai dengan namanya penelitian ini dituntut untuk menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran, terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Populasi

161.499 orang, dengan jumlah sampel yang digunakan 100 responden. Teknik pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, koefisien determinasi.

Hasil Penelitian

Uji validitas adalah sejauh mana suatu alat pengukuran itu mengukur apa yang diukur. Uji validitas data bertujuan untuk mengetahui kevalidan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, dengan pengambilan keputusan r hitung $>$ r tabel.

Tabel 5. uji validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Ket
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
Store Atmosphere	P1	0,363	0,196	Valid
	P2	0,236	0,196	Valid
	P3	0,473	0,196	Valid
	P4	0,686	0,196	Valid
	P5	0,582	0,196	Valid
	P6	0,584	0,196	Valid
	P7	0,638	0,196	Valid
	P8	0,481	0,196	Valid
	P9	0,448	0,196	Valid
	P10	0,746	0,196	Valid
	P11	0,691	0,196	Valid
	P12	0,478	0,196	Valid
Lokasi Toko	P1	0,400	0,196	Valid
	P2	0,559	0,196	Valid
	P3	0,660	0,196	Valid
	P4	0,660	0,196	Valid
	P5	0,290	0,196	Valid
	P6	0,617	0,196	Valid
	P7	0,459	0,196	Valid
	P8	0,669	0,196	Valid
Keputusan Pembelian	P1	0,513	0,196	Valid
	P2	0,342	0,196	Valid
	P3	0,633	0,196	Valid
	P4	0,505	0,196	Valid
	P5	0,549	0,196	Valid
	P6	0,675	0,196	Valid
	P7	0,564	0,196	Valid

Data: sumber diolah 2018

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa pernyataan atau data dinyatakan valid karena r hitung lebih besar daripada r tabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Kriteria pengujian menyatakan apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$ berarti variabel dinyatakan *reliable*. Berikut pada tabel:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Store Atmosphere	0,773	0,60	Reliabel
Lokasi Toko	0,772	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,688	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel 6, hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian diketahui bahwa semua variabel menghasilkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$. Dengan demikian variabel tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel tersebut.

Uji Normalitas

Uji normalitas residual dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5%. Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila nilai probabilitas hasil uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ maka residual berdistribusi normal dan sebaliknya. Berikut merupakan hasil uji Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 7. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig	0,608

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel 6, hasil uji Kolmogorov-Smirnov didapatkan nilai sstatistik uji sebesar 0,137 dengan probabilitas sebesar 0,2. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi $> \alpha$ berarti residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) ataupun nilai tolerance masing-masing variabel independen. Kriteria pengujian menyatakan apabila nilai VIF < 10 ataupun nilai tolerance $> 0,1$ maka dapat dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas. Berikut disajikan hasil nilai VIF dan tolerance masing-masing variabel independen:

Tabel 8. Hasil Uji Mutikolinieritas

Variabel	VIF	Ket
Store Atmosphere	1,011	Tidak terjadi multikolinieritas
Lokasi Toko	1,011	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel 8, hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dapat diketahui bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Uji *Glejser* dilakukan dengan cara melakukan regresi varian gangguan (residual). Jika signifikan korelasi kurang dari 0,05 atau 5% maka model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 9. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel Independen	t Hitung	Sig.	Ket
<i>Store Atmosphere</i> (X1)	0,504	0,615	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Lokasi Toko (X2)	1,695	0,093	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari masing masing variabel lebih dari 0,05 dari uji tersebut menunjukkan hasil bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dari persamaan yang di uji.

Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda pengaruh *store atmosphere* dan lokasi toko terhadap keputusan pembelian pada toko Rindang Khatulistiwa Jember dalam tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien
Konstanta	12,852
<i>Store Atmosphere</i> (X1)	0,182
Lokasi Toko (X2)	0,244

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel 10 persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan juga bahwa variabel lokasi toko adalah variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan yaitu sebesar 0,244.

Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji hipotesis secara parsial yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut disajikan tabel 11 hasil uji t :

Tabel 11. Hasil Uji t

Variabel	Nilai probabilitas
<i>Store Atmosphere</i>	0,001
Lokasi Toko	0,004

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel 11, menunjukkan besar dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen sebagai berikut :

- a. *Store atmosphere* (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) berdasarkan tabel 11 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi (α) dari variabel pemberian insentif (X1) adalah $0,001 < 0,05$ maka keputusannya adalah H_a diterima, hasil tersebut menunjukkan *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- b. Lokasi Toko (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), berdasarkan tabel 11 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi (α) dari variabel penempatan karyawan (X2) adalah $0,004 < 0,05$ maka keputusannya adalah H_a diterima, hasil tersebut

menunjukkan Lokasi Toko berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Uji F

Pengujian hipotesis simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent (X1 dan X2) secara simultan terhadap variabel dependen, yang ditunjukkan dengan tabel Anova. Dengan pengambilan keputusan Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka keputusannya adalah H_0 diterima atau variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependent. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka keputusannya adalah H_a diterima atau variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 12. Hasil Uji F

Variabel	Signifikansi
Residual	0,000

Sumber: data diolah 2018

Berdasarkan tabel 12, menunjukkan hasil dari uji F yang memiliki nilai signifikansi atau probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, jadi variabel bebas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Hasil Uji R^2 sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi	0,562
-----------------------	-------

Sumber : data diolah 2018

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa hasil Uji R^2 sebesar 0,562. Hasil tersebut berarti variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh *Store Atmosphere* dan Lokasi Toko sebesar 56,2%. Nilai tersebut menunjukkan secara simultan variabel bebas mempengaruhi variabel

terikat sebesar 56,2%, dan sisanya 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Pembahasan

***Store Atmosphere* Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. *Store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan hasil statistik uji t yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001. Nilai t_{hitung} yang diperoleh yaitu 3,363 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,984 dan koefisien regresi 0,182. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_a) "*store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian" telah diterima.

Store atmosphere juga mampu mempengaruhi kenikmatan konsumen dalam berbelanja, dan mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyenangkan. Konsumen akan menghabiskan waktu dan uang yang banyak dikarenakan oleh *atmosphere* belanja yang baik.

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa semakin baik pengelolaan *store atmosphere* maka semakin baik pula persepsi konsumen atas *store atmosphere* tersebut dan semakin besar pula dorongan konsumen untuk melakukan pembelian pada toko tersebut. Toko Rindang Khatulistiwa Jember memiliki strategi *store atmosphere* bagian *interior* toko yang berupa irama musik, kondisi ruangan yang bersih dan terang, dan karyawan yang ramah yang dapat membantu konsumen dalam memilih barang yang dibutuhkan. Strategi *store atmosphere* dalam toko Rindang Khatulistiwa Jember digunakan untuk menarik konsumen agar melakukan proses pembelian di toko tersebut. Selain pada bagian *interior*, juga terdapat bagian *exterior* toko yang berupa pintu masuk

dan papan nama, toko Rindang Khatulistiwa Jember memiliki papan nama yang besar yang dapat terlihat dengan jelas dari jalan utama sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi toko tersebut. Bagian yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian pada toko Rindang Khatulistiwa Jember adalah bagian *exterior* toko pada item papan nama, hal ini menunjukkan bahwa papan nama sebagai identitas toko harus jelas agar toko tersebut dapat dengan mudah ditemukan oleh konsumen. Selain itu, bagian yang paling berpengaruh juga terdapat pada bagian *interior* toko dengan item pencahayaan toko. Pencahayaan toko harus didesain seterang mungkin untuk memudahkan konsumen dalam menemukan barang yang dibutuhkan, pencahayaan yang kurang terang dapat membuat konsumen kurang nyaman dalam melakukan pembelian.

Lokasi Toko Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa lokasi toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Lokasi toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan hasil statistik uji t yang memiliki signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,004. Nilai t_{hitung} yang diperoleh yaitu 2,969 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,984 dan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu sebesar 0,244. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua "lokasi toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian" telah diterima.

Lokasi toko mempengaruhi konsumen dari berbagai perspektif. Luas perdagangan yang mengelilingi toko mempengaruhi keseluruhan jumlah masyarakat yang mungkin

tertarik pada toko tersebut. Selain jarak aktual, jarak yang dilihat juga dapat mempengaruhi seleksi toko. Lokasi toko sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam masalah penentuan lokasi toko, manajer harus berusaha menentukan suatu lokasi yang dapat memaksimalkan laba dan penjualannya. Oleh karena itu, semakin baik dan tepat pengaturan lokasi suatu toko, maka semakin tinggi pula pengaruhnya dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian di toko tersebut.

Lokasi toko Rindang Khatulistiwa Jember terletak di Jalan Kalimantan No.23 Tegal Boto, Sumpalsari yang berdekatan dengan kampus Universitas Negeri Jember. Akses menuju lokasi toko terbilang lancar karena tepat berada disisi jalan utama sehingga membuat toko Rindang Khatulistiwa Jember sangat mudah ditemukan oleh konsumen. Pada masa sekarang, konsumen banyak yang memperhatikan masalah parkir karena lokasi toko yang memberikan tempat parkir yang luas dan aman menambah daya tarik tersendiri bagi konsumen, mereka dapat berbelanja dengan leluasa tanpa berpikir akan kendaraan mereka. Selain itu, bagi mereka yang tidak membawa kendaraan dapat menaiki transportasi umum yang dapat langsung berhenti di depan toko karena lokasi toko Rindang Khatulistiwa Jember yang berada di jalan utama. Lokasi toko Rindang Khatulistiwa Jember juga tidak hanya terdiri dari satu toko tunggal, melainkan terdapat beberapa stand makanan dan minuman yang berada di lokasi yang sama. Hal tersebut dapat menarik minat konsumen untuk mengunjungi toko tersebut, karena selain berbelanja peralatan rumah tangga konsumen juga dapat membeli makanan dan minuman di area yang

sama. Bagian yang paling mempengaruhi keputusan pembelian dari indikator lokasi toko adalah akses menuju toko Rindang Khatulistiwa Jember yang mudah dan lancar, serta lokasinya yang strategis yang berdekatan dengan area kampus. Artinya, konsumen melakukan pembelian pada toko Rindang Khatulistiwa Jember dikarenakan lokasinya yang mudah dijangkau dan tidak adanya toko sejenis dalam jarak yang berdekatan.

***Store Atmosphere* Dan Lokasi Toko Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$). Nilai F_{hitung} yang diperoleh yaitu 11,249 lebih besar dari nilai F_{tabel} 3,09. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan “*store atmosphere* dan lokasi toko secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian” telah diterima.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Hasil uji adjusted R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,562. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh *store atmosphere* dan lokasi toko terhadap keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 56,2% dan sisanya sebesar 43,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Keputusan pembelian dapat didasarkan pada *store atmosphere* dan

lokasi toko. *Store atmosphere* bertujuan untuk menarik perhatian konsumen untuk berkunjung, memudahkan mereka untuk mencari barang yang dibutuhkan, mempertahankan mereka untuk berlama-lama berada di dalam toko, memotivasi mereka untuk membuat perencanaan secara mendadak dan memberikan kepuasan dalam berbelanja. Semakin baik pengelolaan *store atmosphere* maka semakin baik pula persepsi konsumen atas *store atmosphere* tersebut dan semakin besar pula dorongan untuk melakukan pembelian pada toko tersebut. Sedangkan lokasi toko dapat mempengaruhi konsumen dari berbagai perspektif, salah satunya luas perdagangan yang mengelilingi toko mempengaruhi keseluruhan jumlah masyarakat yang mungkin tertarik pada toko tersebut. Oleh karena itu, semakin baik dan tepat pengaturan lokasi toko, maka semakin tinggi pula pengaruhnya dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian di toko tersebut. Berdasarkan kedua uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengelolaan *store atmosphere* yang baik dan menarik, serta pemilihan lokasi toko yang strategis dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti jelaskan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember. Hal ini berarti penciptaan *store atmosphere* yang baik dan sesuai dengan selera konsumen sangat penting dilakukan terutama untuk menarik keputusan pembelian.

b. Lokasi toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember. Hal ini berarti pemilihan lokasi yang strategis sangat penting dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian.

c. *Store atmosphere* dan lokasi toko secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan saran yang dapat berguna dan menjadi pertimbangan bagi kemajuan perusahaan, antara lain:

a. Variabel *store atmosphere* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Rindang Khatulistiwa Jember. Berdasarkan penelitian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh Rindang Khatulistiwa Jember yaitu lebih memperhatikan pengelolaan pada *store atmosphere* terutama pada penataan jarak antar rak, penataan barang yang ada di dalam rak dan perluasan tempat parkir konsumen.

b. Variabel lokasi toko memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Lokasi toko Rindang Khatulistiwa Jember yang cukup strategis merupakan keuntungan tersendiri, karena hal tersebut dapat mendorong konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian pada toko tersebut. Namun berdasarkan penelitian responden, toko Rindang Khatulistiwa Jember juga perlu memperhatikan hal-hal lain yang menyangkut lokasi toko terutama pada perluasan gedung sehingga konsumen dapat merasa lebih nyaman ketika berbelanja.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Besarnya faktor *store atmosphere* dan lokasi toko terhadap keputusan pembelian adalah 56,2% dan 43,8% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen selain faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian pada *departement store, supermarket*, maupun jenis ritel yang lainnya.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip dan Ghary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lamb, Hair dan Mc.Daniel.2001. *Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Siregar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, & Dedi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.