

**Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di UD.  
Desta Kecamatan Maniamolo**

**Samanoi H. Fau<sup>1</sup>, Dionisius Wau<sup>2</sup>, dan Setia Ratna Zagoto<sup>3</sup>**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, dimana nilai model regresinya  $Y=7.039+0,536X_1+0,291X_2$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo dengan nilai  $t_{hitung} 2.356 > t_{tabel} 1.678$ . Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo dengan nilai  $t_{hitung} 12.549 > t_{tabel} 1.678$ . Secara simultan antara suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo dengan nilai  $f_{hitung} 16.705 > f_{tabel} 3.316$ . Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo.

***Kata Kunci: Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Minat Beli Konsumen***

**PENDAHULUAN**

Kondisi persaingan yang ketat dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Untuk itu, pengusaha harus pintar melihat peluang serta menentukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Salah satu tujuan mendirikan usaha adalah mendapatkan konsumen sebanyak mungkin untuk memperoleh keuntungan, oleh karena itu para produsen harus pintar dalam melihat peluang usaha yang bisa dijadikan bisnis. Saat ini ada berbagai macam bisnis yang bisa menjadi peluang usaha, salah satunya adalah membuka toko. Seiring dengan perkembangan gaya hidup yang semakin modern, suasana toko, kualitas pelayanan terhadap minat suatu produk juga ikut beragam. Untuk itu produsen juga harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran. Oleh karena itu para produsen harus mampu

---

<sup>1</sup> DTY Program Studi Akuntansi STIE Nias Selatan (samfau@gmail.com)

<sup>2</sup> DTT Program Studi Manajemen STIE Nias Selatan (dionisius@gmail.com)

<sup>3</sup> Alumni Program Studi Manajemen STIE Nias Selatan (ratnazagoto@gmail.com)

membuat konsumen merasa berminat terhadap produk yang ditawarkan. Produsen dapat membandingkan kinerja suasana toko dan mengkonsumsi suatu produk, konsumen akan memiliki perasaan minat atau tidak minat terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya.

Menurut Berman dan Evans (1992) dalam Fauzi dan Hidayat (2015) mendefinisikan suasana toko atau *store atmosphere* adalah karakteristik fisik yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan. Suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perancangan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian. Suatu toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli di toko tersebut. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan ialah dengan membuat sesuatu yang berbeda dengan menciptakan suasana toko atau *store atmosphere* yang indah dan unik, tujuannya untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian. Suasana toko yang unik bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan membeli dan menjadi salah satu faktor utama bagi konsumen misalnya, penataan ruangan, lokasi penjualan, siklus udara dan lain sebagainya.

Menurut Kotler (2003:43) dalam Sumarni dan Soeprihanto (2010) “kualitas pelayanan yaitu “sebagai dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan.” Sebuah usaha dagang dikatakan berhasil menjalankan fungsinya apabila mampu menjual produknya pada konsumen dan memperoleh profit semaksimal mungkin. Tujuan kualitas pelayanan bagi konsumen sebagai salah satu untuk menarik minat beli atas produk yang di pasarkan. Maka dalam hal ini pemasar sangat penting untuk mengetahui yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk supaya tetap loyal pada produk yang telah dipasarkan.

Menurut Hartini (2012) dalam Hidayat dan Karneli (2018) minat beli merupakan “tahap dimana konsumen melakukan pengevaluasian terhadap informasi yang diterima.” Minat beli timbul setelah konsumen menerima indikator dari sesuatu yang mereka lihat, pada saat konsumen memasuki sebuah toko saat itulah timbul perhatian, keingintahuan, bahkan keinginan untuk mencoba dan kemudian membeli produk tersebut. Minat beli konsumen yang tinggi akan membawa dampak positif bagi usaha dagang untuk mencapai keberhasilan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis di UD. Desta Kecamatan Maniamolo bahwa terdapat gejala pada minat beli konsumen yang di pengaruhi oleh peletakkan barang yang masih berantakan, hal ini menunjukkan bahwa penataan ruangan penjualan yang tidak beraturan, siklus udara yang rendah sehingga membuat konsumen gerah di dalam toko, harumnya toko yang masih kurang membaik sehingga konsumen merasa

kurang betah dalam toko tersebut, dan kualitas pelayanan konsumen yang masih rendah. Hal ini dapat dilihat pada pelayanan yang masih kurang baik dapat terlihat pada keramahan karyawan yang kurang menyapa konsumen yang membeli di toko.

Dari latar belakang masalah di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul. **“Pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo.”** Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo atau tidak? Dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Konsep Suasana Toko**

Suasana toko merupakan salah satu faktor utama bagi konsumen untuk berminat membeli di tempat tersebut perlu diketahui. Menurut Berman dan Evans (1992) dalam Fauzi dan Hidayat (2015) mendefinisikan suasana toko atau *store atmosphere* adalah “karakteristik fisik yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan.” Selanjutnya, menurut Kotler dan Keller (2007) dalam Fauzi dan Hidayat (2015) mendefinisikan suasana toko adalah “unsur lain yang dimiliki oleh setiap toko dan berfungsi untuk mempertahankan dan pembeda toko.” Menurut Kotler (2005) dalam Meldarianda (2010) *atmosphere* (suasana toko) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis menyimpulkan bahwa suasana toko sebagai karakteristik unik dan berbeda yang diperoleh suatu toko tujuan untuk mengembangkan citra toko, untuk menarik pelanggan agar berkunjung dan merasakan kenyamanan di toko tersebut.

### **Konsep Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler (2003) dalam Sumarni dan Soprihanto (2010) “kualitas pelayanan yaitu “sebagai dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan.”

Menurut Tjiptono (2008) dalam Maziah (2016) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa besar bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan menurut Hurriyati (2008) dalam Harras (2018), adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, klien, tamu,

dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas dalam menyempurnakan tingkat kepuasan konsumen pada pembelian produk yang diinginkan.

### **Konsep Minat Beli Konsumen**

Minat beli adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Hartini (2012) dalam Hidayat dan Karneli (2018) minat beli merupakan “tahapan dimana konsumen melakukan pengevaluasian terhadap informasi yang diterima.” Menurut Sutisna dan Pawitra (2001) dalam Meldarianda (2010) bahwa minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Mowen (1999) dalam Meldarianda (2010) menyatakan minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.”

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan minat beli merupakan suatu tindakan atau keinginan konsumen dalam membeli barang atau jasa.

### **Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen**

Suasana toko sebagai karakteristik unik dan berbeda yang diperoleh suatu toko tujuan untuk mengembangkan citra toko, untuk menarik pelanggan agar berkunjung dan merasakan kenyamanan di toko tersebut. Berbagai jenis restoran gencar menerapkan *store atmosphere* (suasana toko) sebagai strategi pemasarannya. Hal tersebut dikarenakan bahwa *store atmosphere* mampu memberikan efek pada perilaku konsumen untuk melakukan pembelian pada suatu restoran. Kotler (2001) dalam Kristiana (2017) berpendapat bahwa suasana toko/*Atmosfe* dapat memiliki efek pada perilaku pembelian setidaknya dalam tiga cara. Pada cara yang ketiga, atmosfer berfungsi sebagai media untuk menciptakan pengaruh. Dalam hal ini, atmosfer berperan sebagai faktor situasional yang sangat spesifik yang membantu untuk mengubah perilaku niat menjadi perilaku pembelian aktual.

Levy and Weitz (2001) dalam Fauzi dan Hidayat (2015) mengatakan bahwa “*customers purchasing behavior is also influenced by the store’s atmosphere*” yang artinya minat beli konsumen juga dipengaruhi oleh suasana toko. Penciptaan suasana toko yang baik diharapkan menjadi strategi yang tepat bagi suatu toko dalam menghadapi persaingan. Suasana toko yang terdapat di suatu toko diharapkan memiliki suasana yang nyaman, unik,

dan berbeda dari toko yang lainnya sehingga dapat menarik konsumen yang melihat toko dari luar atau mendapatkan informasi tersebut dari berbagai media untuk memutuskan mengunjungi dan melakukan pembelian pada toko tersebut.

Teori ini penulis menyimpulkan bahwa suasana toko merupakan faktor utama bagi konsumen untuk menarik minat beli atas produk yang dipasarkan oleh pedagang, suasana toko yang baik dapat menghasilkan konsumen yang banyak.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Menurut Abdiyanto (2003) dalam Harras (2018) bahwa untuk mempengaruhi Minat beli konsumen maka produsen harus terus menerus meningkatkan kualitas pelayanan kepada para konsumen untuk meningkatkan volume penjualan di sebuah usaha. Dalam usaha untuk meningkatkan minat beli konsumen hendaknya seluruh jajaran karyawan menciptakan suatu pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen, karena pelayanan yang baik tersebut akan mendorong peningkatan loyalitas terhadap konsumen.”

Menurut Bariroh (2015) dalam Harras (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen, dimana ketika kualitas pelayanan kurang baik maka akan menurunkan keputusan pembelian konsumen. Karena dalam proses membeli terdapat evaluasi dan pengambilan keputusan sebelum melakukan pembelian, ketika kualitas pelayanan kurang baik maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan menjatuhkan pilihannya untuk membeli kepada pesaing pada hal ini berarti minat membeli akan berkurang atau menurun. Sebaliknya jika kualitas pelayanan baik maka konsumen akan merasa senang dan kembali lagi membeli dan tidak akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Dalam artinya ketika kualitas pelayanan baik maka minat beli konsumen akan bertambah.

Teori ini penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama bagi konsumen untuk berminat membeli pada produk yang didagangkan oleh pedagang. Kualitas pelayanan yang baik konsumen akan merasa nyaman dan selalu loyal pada tempat tersebut.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dapat di peroleh melalui menyebarkan kuesioner kepada konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Dan selanjutnya alat yang

digunakan dalam pengujian instrumen penelitian ini adalah menggunakan rumus *product moment*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti dapat menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara setiap variabel sebagai berikut:

### 1. Pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan hasil penelitian memperoleh nilai  $t_{hitung} 2.356 > t_{tabel} 1,678$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, berarti ada pengaruh signifikan antara suasana toko terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo.

### 2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan hasil penelitian memperoleh nilai  $t_{hitung}$  kualitas pelayanan  $2,549 > t_{tabel} 1.678$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, berarti ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di UD. Desta Kecamatan Maniamolo.

### 3. Pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan hasil penelitian memperoleh nilai penelitian  $F_{hitung}$  sebesar  $11.973 >$  nilai  $F_{tabel}$  sebesar  $3.195$  (Lampiran 9) pada df numerator 2 df deminator 50 pada  $\alpha = 5\%$  (0,000). Artinya semua variabel bebas (suasana toko dan kualitas pelayanan) secara simultan mempengaruhi variabel minat beli konsumen secara signifikan pada tingkat kepercayaan 95%.

Model regresi linier berganda dapat dilihat di bawah ini.

$$Y = 7.039 + 0,536X_1 + 0,291X_2$$

Inteprestasikan hasil persamaan regresi linier berganda dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Konstanta ( $b_0$ ) = 7.039 menunjukkan nilai signifikan bahwa minat beli konsumen di pengaruhi oleh suasana toko dan kualitas pelayanan.
2. Koefisien regresi suasana toko ( $b_1$ ) = 0,536 menunjukkan pengaruh signifikan antara suasana toko terhadap minat beli konsumen (Y) pada UD. Desta Kecamatan Maniamolo.
3. Koefisien regresi kualitas pelayanan ( $b_2$ ) = 0,291 menunjukkan pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen (Y) pada UD. Desta Kecamatan Maniamolo.

## KESIMPULAN

Dalam penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa suasana toko dan kualitas pelayanan

berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen (Y) di UD. Desa Kecamatan Maniamolo. Hal ini dapat diuraikan dibawah ini:

1. Nilai suasana toko  $t_{hitung} 2.356 > t_{tabel} 1,678$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, berarti ada pengaruh signifikan antara suasana toko terhadap minat beli konsumen di UD. Desa Kecamatan Maniamolo.
2. Nilai kualitas pelayanan  $t_{hitung} 2,549 > t_{tabel} 1.678$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, berarti ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di UD. Desa Kecamatan Maniamolo.
3. Nilai penelitian  $F_{hitung}$  sebesar  $11.973 >$  nilai  $F_{tabel}$  sebesar  $3.195$  (Lampiran 9) pada df numerator 2 df deminator 50 pada  $\alpha = 5\%$  (0,000). Artinya semua variabel bebas (suasana toko dan kualitas pelayanan) secara simultan mempengaruhi variabel minat beli konsumen secara signifikan pada tingkat kepercayaan 95%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga. 2004. *Manajemen Bisnis*. Cetakan kesatu juli. Diterbitkan olh PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Fauzi & Hidayat. 2015. *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 28. No. 2 November 2015.
- Harras. 2018. *Pengaruh Strategi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Citilink Di Bandara Soeta Jakarta*. Jurnal Pemasaran Kompetitif. Vol. 1 No. 2 januari 2018.
- Hidayat & Karneli. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko, dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen pada SB Houseware Bukit Tinggi*. Jom Fisif Vol. 5: Edisi I Januari 2018.
- Kristiana. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol. 1 Tahun 2017.
- Laksono & Tresnati. 2012. *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Impluse Buying di Toko Boxout Bandung*. Prosiding Manajemen. ISSN: 2460-6545.
- Meldarianda. 2010. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Cafe Atmosphere Bandung*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September 2010.
- Ndari, Dhian Puspo. 2015. *Pengaruh Potongan Harga terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Ud Upindo Raya Cabang Tanah Grogot*. Jurnal Administrasi Bisnis. Volume III; 612-625).

- Putra, Edy & Yulianto. 2015. *Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 38 No. 2 September 2015.
- Ramadhan & Suhadi. 2012. *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group Kudus*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Vol. 4, No. 2. 2012.
- Sumarni & Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*. Penerbit: Liberty Jogjakarta.
- Trisnowati, Nugraha (2016) *Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Penggunaan Jasa Bengkel PT. Astra International TBK-Daihasut Majapahit Semarang*. Journal Of Social Of Scine tahun 2016.
- Yusnani, Sutrisna. 2018. *Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Penggunaan Jasa UMROH Pada PT. Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru*. Jom Fisip Vol. 5 Desember 2015.