

**PENGARUH SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA UD. OMAZIHONO
IDALA JAYA HILISIMAETANO**

Niat Hati Fau¹, Alwinda Manao², Yoeli Fau³

Abstrak

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Omazihono Idala Jaya Hilisimaetano. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan perolehan nilai t_{hitung} untuk variabel X_1 sebesar $(6.812) > t_{tabel} (1.668)$ dan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ dan untuk variabel X_2 sebesar $(6.175) > t_{tabel} (1.668)$ dan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$, artinya secara parsial variabel suasana toko X_1 dan Variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Pengaruh simultan F_{hitung} untuk variabel bebas (suasana toko dan kualitas pelayanan) sebesar 23.319 dengan tingkat signifikan pada 0.000. Sedangkan nilai F_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ sebesar 3.14, sehingga secara simultan variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) . Saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan temuan penelitian yaitu sebaiknya UD. Omazihono memperhatikan suasana toko dan meningkatkan kualitas pelayanan agar tercapai kepuasan bagi konsumen.

Kata kunci : Suasana toko, Kualitas pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang semakin berkembang saat ini khususnya di bidang usaha mengakibatkan persaingan yang sangat tinggi. Dengan peningkatan persaingan tersebut tentunya perusahaan harus mampu bersaing terhadap para perusahaan khususnya yang bergerak dibidang yang sama. Agar perusahaan mampu menguasai pasar, maka perusahaan harus menciptakan kepuasan baik dari segi produk, harga, pemasaran, kualitas pelayanan, lokasi, suasana, fasilitas dan lain sebagainya. Dengan tercapainya kepuasan tentu akan mempengaruhi persepsi dan emosi untuk melakukan tindakan pembelian pada perusahaan tersebut. Kepuasan sangat menentukan nasib sebuah perusahaan oleh karena itu perusahaan harus mampu mempertahankan kualitasnya. Proses pemasaran yang baik dari perusahaan merupakan salah satu indikator terpenting agar tujuan perusahaan tercapai, mengingat

¹ Alumni Program Studi Manajemen STIE Nias Selatan (niatfau@gmail.com)

² DTY STIE Nias Selatan (alwindayualeen@gmail.com)

³ DTT STIE Nias Selatan (yoelifau@gmail.com)

kegiatan pemasaran yang semakin berkembang maka perusahaan harus mampu menciptakan strategi yang mampu membuat konsumen puas akan kualitas perusahaan.

Suasana toko merupakan bagian dari strategi pemasaran yang merupakan salah satu faktor utama yang menentukan berkembangnya suatu perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar. Perusahaan yang mampu menciptakan suasana toko yang nyaman baik dari segi gedung, lokasi toko, penempatan barang, fasilitas, keindahan toko maka akan memicu kecenderungan untuk mengunjungi toko tersebut. Sebuah toko yang mampu menciptakan suasana yang nyaman bagi para pengunjung akan menjadi peluang besar bagi perusahaan untuk mengembangkan usaha.

Selain suasana toko yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, Kualitas pelayanan juga merupakan syarat penggerak suatu usaha untuk memikat para pelanggan atau konsumen untuk membeli barang dagang atau jasa. Apabila konsumen mendapatkan pelayanan yang baik dari para pedagang untuk memperoleh barang atau jasa sesuai yang diharapkan maka salah satu faktor kepuasan akan tercapai.

Salah satu usaha dagang yang beralokasi di desa Idala Jaya Hilisimaetano yaitu UD. Amazihono yang menjual barang eceran kepada konsumen yang hanya sekedar membeli saja. Barang jualan tersebut sangat bermacam-macam yang merupakan kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat tidak kecewa saat berbelanja karena sudah tersedia berbagai macam produk yang memang khusus kebutuhan setiap hari. Meskipun barang produk yang tersedia bervariasi namun yang menentukan keputusan konsumen untuk membeli barang apabila kepuasan terpenuhi.

Setelah melakukan observasi di UD. Amazihono Idala Jaya Hilisimaetano dengan cara mewawancarai beberapa konsumen untuk memintai keterangan mengenai kualitas toko dengan memberikan daftar pertanyaan-pertanyaan yang tidak lain tentang bagaimana pendapat konsumen tentang suasana toko dan kualitas pelayanan di UD. Amazihono apakah sesuai yang konsumen harapkan atau malah sebaliknya. Dari jawaban-jawaban konsumen yang telah diperoleh melalui daftar pertanyaan yang telah di bagikan oleh peneliti, ternyata terdapat permasalahan mengenai kenyamanan terhadap Kualitas toko. Suasana toko yang kurang memuaskan seperti citra toko dalam hal ini *internal impression* (gedung, *layout*, *interior*), alokasi ruang yang kurang memadai membuat konsumen kurang nyaman, tidak ada pengelompokkan barang-barang dagangan sehingga mengurangi nilai keindahan, kerapian dan kebersihan toko, memiliki ruangan yang sempit sehingga terkesan kurang nyaman bagi para pengunjung. Selain suasana toko kualitas pelayanan di toko tersebut juga masih sangat rendah dimana sarana dan prasana masih belum memadai, kurangnya respon dari pedagang atas

keluhan konsumen, *eksternal impression* (reputasi toko, kinerja manajemen, dan karyawan) yang masih rendah, konsumen selalu menunggu lama untuk memperoleh barang yang dibutuhkan, pelayanan yang diberikan tidak tepat waktu.

TINJAUAN LITERATUR

Konsep Suasana Toko

Suasana toko merupakan salah satu strategi dalam menarik perhatian pengunjung untuk merangsang persepsi dan emosi yang menciptakan kenyamanan dan membuat konsumen betah berada di dalam toko sehingga kepuasan terpenuhi. Kotler (2003:542) Suasana toko (*atmosphere*) “setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan/menyulitkan untuk berputar-putar di dalamnya”.

Konsep Kualitas Pelayanan

Konsumen pada dasarnya mengharapkan layanan yang baik dan memuaskan. Pelayanan yang baik akan membentuk nilai positif sehingga konsumen tidak kecewa. Parasuraman dan Lupiyoadi (2001:148) mengemukakan Kualitas pelayanan adalah “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh”.

Konsep Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah salah satu tolak ukur bagi perusahaan untuk menilai seberapa loyal konsumen terhadap produk karena kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan loyalnya konsumen terhadap produk, maka perusahaan telah menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Buttle (1997:143) mengatakan “konsumen puas ketika harapan terhadap nilai dikonfirmasi secara positif”.

. Fandy tjiptono (2014:24) mengatakan kepuasan konsumen adalah “evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan sedangkan ketidakpuasan timbul apabila *outcome* tidak memenuhi harapan”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif bersifat asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel dalam penelitian ini menyangkut pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Omazihono idala jaya hilisimaetano yang nantinya setiap data yang didapat

mengenai pengaruh setiap variabel bebas dengan variabel terikat akan diolah melalui data statistik.

Metode Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ini, menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh setiap variabel terikat (*dependent*) terhadap variabel bebas (*independent*) dengan menggunakan persamaan:

$$f(X_1, X_2)$$

Atau persamaan regresi liniernya sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan

Y = Variabel kepuasan konsumen

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien variabel bebas

X_1 = Variabel suasana toko

X_2 = Variabel kualitas pelayanan

e = Standar eror

Untuk mengestimasi koefisien regresi persamaan yang tertera di atas menggunakan metode *Ordinary least squart* (OLS) sehingga persamaannya sebagai berikut (Gujarati,1978:95):

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_1 + \hat{\beta}_2 X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$ = Variabel terikat yang diprediksikan

$\hat{\beta}_0$ = Konstanta

X_1, X_2 = Variabel bebas

$\hat{\beta}_1, \hat{\beta}_2$ = koefisien regresi yang diprediksikan

Nilai koefisien dan konstanta dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Gujarati,1978:95):

$$\hat{\beta}_0 = \bar{Y} - \hat{\beta}_1 \bar{X}_1 - \hat{\beta}_2 \bar{X}_2$$

$$\frac{(\sum y X_1)(\sum X_2^2) - (\sum y X_2)(\sum X_1 X_2)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$\frac{(\sum y X_2)(\sum X_1^2) - (\sum y X_1)(\sum X_1 X_2)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

Keterangan:

$\bar{Y}$ = Nilai rata-rata Y

$\bar{X}_1$ = Nilai rata-rata X_1

$\bar{X}_2$ = Nilai rata-rata X_2

β_0 = Konstanta

$\hat{\beta}_1 \hat{\beta}_2$ = Koefisien regresi yang diprediksikan

y = Selisih nilai dengan nilai $\bar{Y}$

X_1 = Selisih nilai X_1 dengan nilai $\bar{X}_1$

X_2 = Selisih nilai X_2 dengan nilai $\bar{X}_2$

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas

Dalam memastikan instrumen penelitian sebagai alat ukur yang akurat dan terpercaya, maka perlu dilakukan pembuktian dengan melakukan pengujian validitas instrumen dengan menggunakan rumus statistika koefisien korelasi *produk moment* yang di ungkapkan oleh Umar(2009:166)

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah subjek

x = Skor stiap item

$(\sum X)^2$ = Kuadrat skor jumlah item

$(\sum X)^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$(\sum Y)$ = Jumlah kuadrat skor total

Uji Reliabilitas

Teknik yang dapat digunakan yaitu metode konsistensi internal (*internal consistency*), dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* (G) dengan rumus.

$$R_{11} \left(\frac{k}{k-1} \right) 1 - \left(\frac{\sum s_b^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

s_t^2 = Deviasi standar total

$\sum s_b^2$ = Jumlah deviasi standar

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas

Untuk mendeteksi apakah nilai residual terstandardisasi normal atau tidak, dapat dilakukan melalui uji statistik non parametrik *kolmogrove-sminorv* (K-S). Jika hasil *kolmogrov-simiorv* menunjukkan signifikan diatas 0,05 maka data residual distribusi normal.

Uji multikolonearitas

Cara mendeteksi dengan menggunakan VIF(*Variance Inflation Factor*) dan TOL (*tolerance*) dengan formula yang digunakan.

$$VIF = \frac{1}{TOL} \text{ dan } TOL = (1 - R^2)$$

Keterangan :

VIF = *Variance Inflation Factor*

TOL = *Tolerance*

R^2 = Koefisien determinasi

Uji heterokedastisitas

Untuk menguji adanya masalah heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode analisis grafik yaitu dengan melakukan pengamatan *scater plot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai residual kuadrat. *Suliyanto(2008:243)*.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Parsial)

Dalam menghitung besarnya nilai T_{hitung} menggunakan rumus (*Gujarati, 1998: 140*)

$$t = \frac{\hat{\beta}_0 - \beta}{S_e(\beta_0)}$$

Keterangan :

t = Nilai t_{hitung}

$\hat{\beta}_0$ = Konstanta

β = Koefisien regresi

S_e = Kesalahan baku koefisien regresi

Uji f (Simultan)

Untuk menyimpulkan apakah model masuk dalam kategori *goodness of fit* atau tidak, harus membandingkan F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} dengan derajat bebas : df : (k-1), (n-k).

Untuk nilai F_{hitung} menggunakan rumus sebagai berikut (sulyanto, 2008:208):

$$F = \frac{R^2 / (k-1)}{1 - R^2 / (n-k)}$$

Keterangan:

F = Nilai F_{hitung}

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel

n = Jumlah pengamatan

Uji Koefisien Determinasi (R)

Dengan menggunakan rumus :

$$R^2 = 1 - \frac{\sum (\bar{Y} - \hat{Y})^2}{\sum (\hat{Y} - \bar{Y})^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

$\sum Y - \hat{Y})^2$ = Kuadrat selisih nilai riil dengan nilai prediksi

$\sum Y - \hat{Y})^2$ = Kuadrat selisih nilai dengan nilai Y rata-rata

Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai 1. Uji R^2 dihitung dengan menggunakan alat bantu pengolahan data *SPSS 15.0 For windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Data yang telah di hasilkan maka akan di uji kenormalitasnya dengan hasil pada tabel dibawah ini

Hasil uji normalitas data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Hasan konsumen	Hasana toko	Itas pelayan	Standardized Predicted Value	Standardized Residual
Normal	69	69	69	69	69
Parameters(	40,5072	41,2029	41,0145	40,5072464	,0000000
a,b)					
Deviation	4,42793	4,50679	4,59057	2,84924962	3,38944553
Extreme Absolute	,295	,264	,268	,241	,150
Differences	,141	,142	,135	,128	,107
tive	-,295	-,264	-,268	-,241	-,150
ative	2,450	2,196	2,223	2,002	1,250
Kolmogorov-Smirnov Z	,000	,000	,000	,001	,088
mp. Sig. (2-tailed)					

Uji multikolonearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonearitas menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai FIV mendekati angka 1, maka tidak terdapat masalah multikolonearitas.
2. Jika nilai TOL mendekati angka 1, maka tidak terdapat masalah multikolonearitas

Hasil uji multikolonearitas

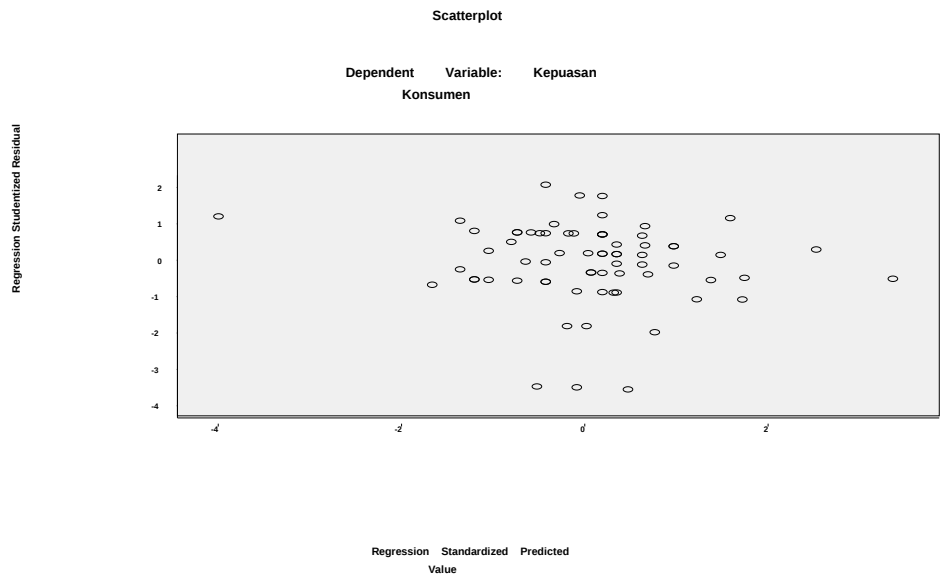
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant)	13,843	5,235		2,644	,010		
Hasana toko	,631	,093	,643	6,812	,000	,998	1,002
Itas pelayanan	,016	,091	,017	,175	,861	,998	1,002

Uji Heterokedastisitas

Data yang telah di hasilkan akan di uji heterokedastisitas, perhatikan gambar dibawah ini

Hasil uji heterokedastisitas



Sumber: Data olahan dengan menggunakan IBM SPSS statistic

Uji hipotesis

Uji t (Parsial)

Hasil pengolahan data maka perolehan nilai t sebagai berikut dengan menggunakan aplikasi SPSS

Hasil Uji T(Parsial)

Coefficients(a)					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13,843	5,235		2,644	,010
nama toko	,631	,093	,643	6,812	,000
jenis pelayanan	,616	,091	,617	6,175	,001

Uji f (simultan)

Hasil pengolahan data maka perolehan nilai t sebagai berikut dengan menggunakan aplikasi SPSS

Hasil uji F (Simultan)

ANOVA(b)					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

gression	552,039	2	276,020	23,319	,000(a)
idual	781,207	66	11,836		
al	1333,246	68			

Koefisien Determinasi (R)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel terikat dengan variabel bebas dapat dijelaskan di tabel dibawah ini

Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
1	,643(a)	,414	,396	3,44042

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Omazihono Idala Jaya Hilisimaetano. Hal ini diuraikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel 4.13 perolehan hasil nilai t_{hitung} untuk variabel suasana toko (X_1) sebesar 6.812 dengan tingkat signifikan 0.000 sementara nilai t_{tabel} pada $\alpha = 0.05$ sebesar 1.668. Maka $t_{hitung} (6.812) > t_{tabel} (1.668)$ pada tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya suasana toko (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Omazihono Idala Jaya Hilisimaetano.
2. Berdasarkan tabel 4.13 perolehan hasil nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 6.175 dengan tingkat signifikan 0.001 sementara nilai t_{tabel} pada $\alpha = 0.05$ sebesar 1.668. Maka $t_{hitung} (6.175) > t_{tabel} (1.668)$ pada tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Omazihono Idala Jaya Hilisimaetano.
3. Berdasarkan tabel 4.14 perolehan hasil nilai f_{hitung} sebesar 23.319 > nilai f_{tabel} sebesar 3.147. $\alpha = 0.05$ (5%). Yang artinya variabel suasana toko (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen (Y). Atau variabel suasana toko

dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen pada tingkat kepercayaan 95%

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu, Munawar, Sholeh. 2005. *Psikologi Perkembangan*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka cipta
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Cetakan ketiga. Jakarta PT. Rineka Cipta
- Arikunto, S.2014. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Barny, B dan Evans J. R. 2010. *Retail management. A Strategic Approach*. Macmillan Publishing Company.
- Foster, Bob. 2008, *Manajemen Ritel*. Alfabeta, Bandung.
- Gaspers, Vincent. 2004. *Production Planning And Inventory Control*. Pt. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Gujarati, Damodar. 1978. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga
- Jajat, Kristanto. 2011. *Manajemen Pemasaran Iternasional*. Jakarta: Erlangga.
- Hendri, Ma'ruf. 2010. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia pustaka Utama.
- Lupiyoadi, Rambat2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jilid 1. Jakarta.
- Suliyanto. 2008. *Teknik Proyeksi Bisnis*. Edisi 1. Andi: Yogyakarta.
- Supranto, J 2009. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi ketujuh. Jakarta : Alfabeta. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Supriyanto dan Ernawaty. 2010. *Pemasaran Industry dan Kesehatan Jasa*. CV. Andi offset. Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Suratno, B. Dan Rismiati, C. 2001. *Pemasaran barang dan Jasa*. Yogyakarta Kanisius
- Tjitono, Fandy. 2003. *Total Manajemen Berkualitas*. Yogyakarta Andi. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Umar, Husen. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta Gramedia Pustaka Utama.