

Pengaruh Suasana Toko, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan SRC (Sampoerna Ritel Community) Marji di Kecamatan Waru

Moch. Fahrul Novaldi¹, Moch. Munir Rachman²
Fahrulnovaldi25@gmail.com¹, hnn_munir@yahoo.com²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Email : Fahrulnovaldi25@gmail.com

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin berkembang pesat khususnya pada usaha ritel yang mulai banyak berkembang di berbagai kota – kota besar. Tujuan dari penelitian ini dilakukan pada pelanggan toko SRC (Sampoerna Ritel Community) Marji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko, kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner terhadap 95 responden dengan teknik *insidental sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis (uji-t dan uji-F). Hasil penelitian ini menunjukkan suasana toko, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial suasana toko, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Suasana Toko, Kelengkapan Produk, Lokasi, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

In the last few years, the development of the business world in Indonesia has grown rapidly, especially in the retail business which has begun to develop in many big cities. The purpose of this research was carried out on the customer of the SRC (Sampoerna Ritel Community) Marji store. This study aims to determine the effect of shop atmosphere, product completeness and location on customer satisfaction. In this study, data were collected using a questionnaire to 95 respondents using incidentalsampling technique. The analysis used in this study includes instrument testing (validity and reliability tests), multiple linear regression analysis, classical assumption tests and hypothesis testing (t-test and F-test). The results of this study indicate that the shop atmosphere, product completeness and location have a simultaneous effect on customer satisfaction. Partially, shop atmosphere, product completeness and location have a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: Shop Condition, Product Completeness, Location, and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin berkembang pesat khususnya pada usaha ritel yang mulai banyak berkembang di berbagai kota – kota besar seperti Surabaya, Sidoarjo, Jakarta dan lainnya. Kebutuhan masyarakat semakin hari meningkat dan tingginya minat konsumen dalam berbelanja membuat para pelaku usaha ritel menelaah peluang untuk memperoleh keuntungan. Dalam proses pemenuhan kebutuhan masyarakat semakin hari meningkat membuat pelaku usaha ritel menemukan peluang untuk memperoleh keuntungan.

Para pelaku usaha ritel tradisional harus bekerja secara ekstra demi dapat bersaing dengan pelaku usaha modern. Dengan saat ini konsumen sangat menginginkan proses pembelian barang yang mudah dan harga yang terjangkau serta fasilitas yang memadai. Maka para pelaku usaha ritel tradisional harus mementingkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Dalam hal ini para pelaku usaha ritel harus mempertimbangkan dahulu suasana toko.

Kelengkapan produk adalah kelengkapan yang Berkaitan dengan kedalaman, luas, dan kualitas produk yang diberikan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko. kelengkapan produk menjadi hal yang penting bagi konsumen yang berkaitan dengan kualitas produk. Dengan adanya lokasi yang strategis merupakan aspek penting bagi para pelaku usaha khususnya ritel tradisional. Dengan lokasi yang sangat strategis maka dapat menarik konsumen untuk berbelanja di toko tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA SUASANA TOKO

Suasana toko adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respons emosional dan persepsi pelanggan serta untuk mempengaruhi pelanggan dalam berbelanja.

Menurut Barry dan Evans dalam (Sulfianti, Mubaraq, & Thahir, 2015) suasana toko dapat diukur dengan indikator antara lain :

- 1) *Exterior* (bagian luar)
- 2) *Interior* (bagian dalam)
- 3) Store Layout (tata letak ruangan)
- 4) Interior display (pajangan)

KELENGKAPAN PRODUK

Menurut Utami dalam (Arianto & Patilaya, 2018) kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang Berhubungan dengan kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko.

Indikator Kelengkapan Produk

Menurut Utami dalam (Sumolang, Tumbel, & Mandagie, 2019) indikator kelengkapan produk adalah :

1. Kelengkapan variasi bentuk barang yang ditawarkan.
2. Kelengkapan variasi ukuran barang yang ditawarkan
3. Ketersediaan produk yang dijual.

4. Macam merk yang tersedia.

LOKASI

Menurut Lupiyoadi dalam (Fahrudin & Yulianti, 2015) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus menetap dan melakukan kegiatan operasional.

MenurutTjiptono dalam(Suhendra & Asworowati, 2020) Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi :

1. Akses
2. Visibilitas
3. Tempat parkir

KEPUASAN PELANGGAN

Menurut (Tjiptono & Diana, 2019:123) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senang yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Indikator Kepuasan Pelanggan Menurut kotler dan keller dalam (Wulandari, 2019) indikator kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

HIPOTESIS

1. Variabel suasana toko terpengaruh kepada kepuasan pelanggan.
2. Variabel kelengkapan produk berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.
3. Variabel lokasi terpengaruh kepadakepuasan pelanggan.
4. Variabel suasana toko, kelengkapan produk dan lokasi terpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penjelasan (eskplanatory). Sampel dalam penelitian adalah pelanggan SRC (Sampoerna Retail Community) sebanyak 95 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi uji multikolinieritas, uji normalitas, uji heteros, uji autokorelasi dan menggunakan uji-t dan Uji-F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atautidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner bisa dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengutarakan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, sebagai mana ditampilkan pada tabel 1

Tabel 1
Uji Validitas

Indikator	Corrected item- total correlation	Nilai Kritis	Hasil
Exterior (bagian luar)			
Item1	,635	0,3	Valid
Item2	,518	0,3	Valid
Item3	,373	0,3	Valid

Interior (bagian dalam)			
Item1	,553	0,3	Valid
Item2	,663	0,3	Valid
Item3	,566	0,3	Valid
Store lay out (tata letak toko)			
Item1	,501	0,3	Valid
Item2	,595	0,3	Valid
Item3	,386	0,3	Valid
Interior display (pemajangan)			
Item1	,508	0,3	Valid
Item2	,610	0,3	Valid
Item3	,560	0,3	Valid
Kelengkapan bentuk barang yang ditawarkan			
Item1	,589	0,3	Valid
Item2	,559	0,3	Valid
Item3	,513	0,3	Valid
Kelengkapan variasi barang yang ditawarkan			
Item1	,634	0,3	Valid
Item2	,702	0,3	Valid
Item3	,668	0,3	Valid
Kesediaan produk yang dijual			
Item1	,705	0,3	Valid
Item2	,617	0,3	Valid
Item3	,622	0,3	Valid
Macam merk yang tersedia			
Item1	,581	0,3	Valid
Item2	,549	0,3	Valid
Item3	,373	0,3	Valid
Akses			
Item1	,576	0,3	Valid
Item2	,601	0,3	Valid
Item3	,607	0,3	Valid
Visibilitas			
Item1	,579	0,3	Valid
Item2	,676	0,3	Valid
Item3	,471	0,3	Valid
Tempat parkir			
Item1	,781	0,3	Valid
Item2	,870	0,3	Valid
Item3	,823	0,3	Valid
Kesesuaian harapan			
Item1	,537	0,3	Valid
Item2	,553	0,3	Valid
Item3	,624	0,3	Valid
Minat berkunjung kembali			
Item1	,513	0,3	Valid
Item2	,724	0,3	Valid

Item3	,585	0,3	Valid
Kesediaan merekomendasikan			
Item1	,757	0,3	Valid
Item2	,841	0,3	Valid
Item3	,760	0,3	Valid

Hasildari uji validitas pada tabel dapat diketahui nilai seluruh item mempunyai nilai corrected item-total variabel > 0,3 maka diperoleh kesimpulan seluruh item telah dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, sebagai mana ditampilkan pada tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Hasil	Nilai Kritis	Hasil
SuasanaToko			
Exterior (bagian luar toko)	,675	0,6	Reliabel
Interior (bagian dalam toko)	,761	0,6	Reliabel
Store lay out (tata letak)	,674	0,6	Reliabel
Lnterior display (pemajangan)	,730	0,6	Reliabel
Kelengkapan Produk			
Kelengkapan bentuk barang yang ditawarkan	,727	0,6	Reliabel
Kelengkapan variasi barang yang ditawarkan	,812	0,6	Reliabel
Kesediaan produk yang dijual	,796	0,6	Reliabel
Macam merk yang tersedia	,678	0,6	Reliabel
Lokasi			
Akses	,758	0,6	Reliabel
Visibilitas	,744	0,6	Reliabel
Tempat parkir	,912	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan			
Kesesuaian harapan	,742	0,6	Reliabel
Minat berkunjung kembali	,767	0,6	Reliabel
Kesediaan merekomendasikan	,890	0,6	Reliabel

Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai alpha cronbach pada masing-masing indikator telah memenuhi syarat, karena nilai alpha cronbach (>60). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang dipakaidinyatakan reliabel.

Uji Multikolinieritas

uji multikiloneritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antara variabel bebas, sebagai mana ditampilkan pada tabel 3

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Variabel	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Suasana Toko (X1)	,910	1,099
	Kelengkapan Produk (X2)	,905	1,105
	Lokasi (X3)	,977	1,023

Berdasarkan dari tabel diatas diketahui nilai tolerance variabel (X1) sejumlah 0,910, variabel (X2) sejumlah 0,905 dan variabel (X3) sejumlah 0,977, masing-masing variabel mempunyai nilai tolerance kurang dari 1, dapat disimpulkan bahwa terbebas dari multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1., sebagai mana ditampilkan pada tabel 4

Tabel 4
Hasil uji autokorelasi

Model	Durbin Watson
1	1,971

Berdasarkan tabel diatas nilai DW (*Durbin-watson*) sejumlah 1,971 dimana nilai DW (*Durbin-Watson*) lebih besar daripada tabel DW (*Durbin-Watson*) maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi.

Uji Heteros

Uji heteros bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain, sebagai mana ditampilkan pada tabel 5

Tabel 5
Uji Heteros
Coefficients^a

Model	Sig.
1	
(Constant)	.769
Suasana Toko	.334
Kelengkapan Produk	.242
Lokasi	.123

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan dari tabel 4.29 diperoleh nilai signifikansi Variabel Suasana Toko sejumlah 0,334, nilai signifikansi variabel Kelengkapan Produk sejumlah 0,242 dan nilai signifikansi variabel Lokasi sejumlah 0,123. Karena nilai signifikansi dari ketiga variabel > 0,05 maka

dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteros. hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteros.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	95
Test Statistic	.073
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai sig. ($0.200 > 0,05$) maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Hipotesis

Uji-t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sebagai mana ditampilkan pada tabel 6

Tabel 6
Uji-t H1

Model		T	Sig.
1	Constant	1,390	0,168
	SuasanaToko	2,722	0,008

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t-hitung variabel suasana toko sejumlah 2,722 dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya suasana tokoterpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

Tabel 7
Uji-t H2

Model		T	Sig.
1	Constant	1,390	0,168
	KelengkapanProduk	4,417	0,000

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t-hitung variabel suasana toko sejumlah 4,417 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya kelengkapan tokoterpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

Tabel 8
Uji-t H3

Model		T	Sig.
1	Constant	1,390	0,168

Lokasi	2,449	0,016
--------	-------	-------

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t-hitung variabel lokasi jumlah 2,449 dengannilai signifikansi $0,016 < 0,05$, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya lokasi terpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

Uji-F dipakai untuk menguji signifikan secara keseiuruhan kepada garis regresi yang di observasi maupun di prediksi, apakah Y terpengaruh linier kepada variabel X1, X2, X3, sebagai mana ditampilkan pada tabel 9

Tabel 9 Hasil uji-F				
Model		Sum of squars	F	Sig.
1	Regresion	513,333	14,888	0,000
	Residual	1045,888		
	Total	1559,221		

Berdasarkan tabel diperoleh nilai F-hitung untuk variabel Suasana Toko, Kelengkapan Produk dan Lokasi sejumlah 14,888 dengan nilai sig sejumlah $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis diterima. Artinya Suasana Toko, Kelengkapan Produk dan Lokasi terpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

H1

Hasil analisis variabel Suasana Toko (X1) terpengaruh kepada variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sulfianti, mubaraq, dan thahir (2015).

H2

Hasil analisis variabel Kelengkapan Produk (X2) terpengaruh kepada variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratiwi dan gadeng (2019).

H3

Hasil analisis variabel Lokasi (X3) terpengaruh kepada variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Putranto (2019), Putra dan faudati (2017), Sakdiyah dan budiyanto (2016).

H4

Suasana Toko (X1), Kelengkapan Produk (X2) dan Lokasi (X3) terpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian mubaraq, dan thahir(2015), Pratiwi dan gadeng (2019), Putranto (2019), Putra dan faudati (2017), Sakdiyah dan budiyanto (2016).

SIMPULAN

Simpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Suasana Toko terpengaruh secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan .
2. Kelengkapan Produk secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan.
3. Lokasi terpengaruh secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan.
4. Suasana Toko, Kelengkapan Produk dan Lokasi terpengaruh secara simultan kepada Kepuasan Pelanggan.

IMPLIKASI

Dari hasil penelitian ini telah menemukan temuan baru bagi pemilik toko, temuan ini diharapkan bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil suatu kebijakan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dari penelitian ini, penulis telah melakukan pengujian variabel, penelitian ini dilakukan dengan waktu yang terbatas. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di SRC (Sampoerna Retail Community) Marji. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman dan dijadikan pembandingan untuk penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Arianto dan Patilaya. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Salt n Pepper* pada PT. Mitra Buana Sentosa Bintaro.
- Fahrudin dan Yulianti. (2015). Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya.
- Suhendra dan Asworowati. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Dons's Warnet).
- Sumolang, Tumbel dan Mandagie. (2019). Analisis Pengaruh Pelayanan Prima dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Matahari Manado Town Square.
- Sulfianti, Mubaraq dan Thahir. (2015). Pengaruh Citra dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Tjiptono dan Diana. (2019). Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Utami, Christina Widya. (2008). Manajemen Barang Dagang Dalam Bisnis Ritel. Malang : Bayumedia Publishing.