JURNAL WIDYA GANECWARA

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari *Store Atmosphere*, *Product Assortment* Dan Kepercayaan (Studi Kasus Pada *Outlet Donatello Surakarta*)

Frida Ria Yulyarta¹

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Rochmi Widayanti²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Sudarwati³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Info Artikel

Keywords :

Purchase Interest, Store Atmosphere, Product Assortment, Trust

Abstract

The research aims to find out and describe the influence of simultaneously or partial store atmosphere, product assortment and trust towards consumer purchase interest in Donatello Surakarta. This methodology research using quantitative descriptive research. The population was all consumer Donatello Surakarta is 2574 people. The number of samples was determined with the formula Slovin and the result 100 respondents. Sampling method using convenience sampling. The questionnaire used for data retrieval. Data analysis technique used was statistic analysis is multiple linier regression, F test, t test and determination coefficient. This test results the store atmosphere, product assortment and trust simultaneously and significance effect on consumer purchase interest in Donatello Surakarta. Store atmosphere influential positive and significance effect against the consumer purchase interest in Donatello Surakarta. Product assortment influential positive and significance effect against the consumer purchase interest in Donatello Surakarta. Trust influential positive and significance effect against the consumer purchase interest in Donatello Surakarta.

✉Alamat korespondensi :

FEB UNIBA

Jl. Agus Salim No.10, Sondakan, Kec. Laweyan,
Kota Surakarta, Jawa Tengah 57147

PENDAHULUAN

Minat membeli sebagai suatu kekuatan pendorong atau motif bersifat intrinsik mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, tanpa paksaan dan selektif pada suatu produk untuk kemudian mengambil keputusan membeli. Sekarang ini, konsumen tidak hanya mencari kualitas produk, tetapi juga mencari tempat belanja yang nyaman dan menarik perhatian. Toko memiliki *atmosphere* yang baik akan cenderung untuk dapat memberikan kenyamanan pada konsumen. Putriand (2019) *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Konsumen sangat menyukai stimulus atmosfer toko untuk merangsang respon pembelian. Hasil penelitian ini berbeda dengan yang dilakukan Rakhmawati dan Trenggana (2018) *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan

terhadap minat beli. Hal ini karena konsumen kurang memerhatikan elemen-elemen *store atmosphere* yang ada.

Pada umumnya toko yang memiliki atau menyediakan produk beragam untuk dijual lebih menarik minat konsumen untuk mengunjungi toko dan bisa saja melakukan pembelian dengan banyaknya pilihan produk yang tersedia. Girsang dan Widodo (2016) keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Produk bervariasi akan memberikan persepsi yang lebih lengkap dan menarik bagi konsumen untuk memutuskan membeli produk yang diinginkan. Hasil penelitian ini berbeda dengan yang dilakukan oleh Wahyuni dan Ernawati (2020) keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Keragaman produk yang ditawarkan kurang bervariasi, sehingga minat beli konsumen rendah.

Kepercayaan juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Kepercayaan menjadi pondasi yang kuat untuk menentukan sukses atau tidaknya toko dalam meningkatkan jumlah penjualan produk. Anwar dan Afifah (2016) kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Kepercayaan yang positif tentu mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja, konsumen memiliki keyakinan bahwa penjual mampu menjalankan kegiatan bisnisnya dengan baik dan dapat dipercaya dengan memberikan kualitas produk terbaik kepada konsumen.

Donatello merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sepatu, sandal, pakaian dan aksesoris. Donatello beralamatkan di Jl. Bhayangkara No. 20, Panularan, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. Rata-rata konsumen yang mengunjungi Donatello tiap harinya ramai sebelum adanya wabah Corona, lebih dari 50 orang yang keluar masuk toko, mereka yang melakukan pembelian maupun hanya melihat-lihat produk. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal terhadap konsumen maupun pemilik toko, konsumen yang berminat melakukan pembelian produk di Donatello didasari dengan adanya keinginan yang berkaitan dengan suasana toko yang nyaman dengan *display* menarik. *Display* yang ditampilkan oleh Donatello memiliki nilai artistik, membuat konsumen tertarik untuk melihat-lihat produk. Selain itu, *display* produk disesuaikan dengan jenis atau tipe produk, semisal satu *display* untuk produk sepatu *high heels*. Penataan toko yang baik memudahkan konsumen dalam memilih produk Donatello. Pencahayaan ruangan menjadikan produk yang ditawarkan terlihat lebih bagus. Donatello kini hadir dengan lebih banyak produk yang dijual beragam dan bervariasi. Keragaman produk menjadi faktor yang penting untuk menarik perhatian dan minat konsumen agar berkunjung ke toko dan melakukan pembelian. Donatello yang memiliki produk lengkap dan beragam mempermudah konsumen dalam berbelanja. Selain itu, Donatello terus berkomitmen menjaga kepercayaan konsumen dengan melakukan usaha yang lebih baik dan terus mengembangkan diri dalam industri *retail*. Donatello memberikan kepercayaan dengan memiliki sumber daya manusia berkompeten, profesional dan mampu melayani konsumen dengan baik dan memberikan kualitas produk terbaik sehingga konsumen akan puas ketika melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Minat Beli Konsumen ditinjau dari *Store Atmosphere*, *Product Assortment* dan Kepercayaan (Studi Kasus Pada *Outlet* Donatello Surakarta).

A. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan *store atmosphere*, *product assortment* dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta. Mengetahui dan menjelaskan *store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta. Mengetahui dan menjelaskan *product assortment* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta. Mengetahui dan menjelaskan kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Donatello beralamatkan di Jl. Bhayangkara No. 20, Panularan, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan kunjungan dan berminat melakukan pembelian produk Donatello di Surakarta selama enam bulan terakhir dari bulan Desember 2019 hingga Mei 2020 sebanyak 2574 orang. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan rumus yang di kemukakan oleh Slovin (Sugiyono, 2016: 87):

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel.

e = Persentase tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi

N = Jumlah populasi

Jadi besar sampel dapat di hitung sebagai berikut:

$$n = \frac{2574}{1 + 2574 (0,1)^2} = 96,26 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Teknik *sampling* menggunakan metode *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya karena ada pada tempat dan waktu yang tepat (Sugiyono, 2016: 22). Kuesioner digunakan untuk pengambilan data. Regresi linier berganda sebagai metode untuk menganalisis data.

C. HASIL ANALISA DATA

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas

Menguji normalitas digunakan alat analisis *Kolmogorov Smirnov*, hasilnya adalah:

Tabel 1.

Hasil Uji Normalitas			
	<i>Unstandardize d Residual</i>	Keterangan	
<i>N</i>	100		
<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0,772	Data	terdistribusi
<i>Z</i>			normal
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,591		

Sumber : data primer diolah tahun 2020

Hasil pengujian *Kolmogrov Smirnov test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 ($0,591 > 0,05$). Menunjukkan bahwa persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang normal.

Hasil uji multikolinearitas

Hasil yang di dapatkan dalam uji multikolinearitas adalah:

Tabel 2.
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
<i>Store Atmosphere</i>	0,488	2,049	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Product Assortment</i>	0,557	1,795	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan	0,797	1,254	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh nilai *tolerance* variabel *store atmosphere* 0,488, nilai *tolerance* variabel *product assortment* 0,557 dan nilai *tolerance* variabel kepercayaan 0,797, yang semuanya $> 0,10$. Jadi model regresi pada penelitian ini tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas.

Hasil uji heteroskedastisitas

Hasil yang di dapatkan dalam uji heteroskedastisitas adalah:

Tabel 3.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Model</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
<i>Store Atmosphere</i>	0,538	Tidak terjadi heterokedastisitas
<i>Product Assortment</i>	0,645	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kepercayaan	0,969	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber : data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*Sig.*) dari masing-masing variabel independen adalah *store atmosphere* bernilai 0,538, *product assortment* bernilai 0,645 dan kepercayaan bernilai 0,969 yang ke semuanya lebih besar dari 0,05. Dapat dinyatakan model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Hasil regresi linier berganda

Nilai a dan b_1, b_2, b_3 dalam uji regresi linier berganda adalah:

Tabel 4.
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized coefficients	
	B	Std. Error
Constant	1,333	1,373
Store Atmosphere	0,312	0,082
Product Assortment	0,295	0,070
Kepercayaan	0,242	0,094

Sumber : data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan persamaannya adalah:

$$Y = 1,333 + 0,312X_1 + 0,295X_2 + 0,242X_3 + e$$

Hasil uji F

Perhitungan nilai F_{hitung} adalah:

Tabel 5.
Hasil Uji F

Model	F	Sig.	Keterangan
Regression	44,799	0,000	H_0 ditolak, H_1 diterima
Residual			
Total			

Sumber : data primer diolah tahun 2020

Hasil analisis data yang telah didapatkan, maka dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 44,799, dikarenakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($44,799 > 2,70$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan H_1 diterima, artinya ada pengaruh antara *store atmosphere*, *product assortment* dan kepercayaan secara simultan dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta.

Hasil uji t

Perhitungan uji t_{hitung} adalah:

Tabel 6.
Hasil Uji t

Model	B	t	Sig.	Keterangan
Store Atmosphere	0,312	3,818	0,000	H_2 diterima
Product Assortment	0,295	4,187	0,000	H_3 diterima

Kepercayaan	0,242	2,576	0,012	H ₄ diterima
-------------	-------	-------	-------	----------------------------

Sumber : data primer diolah tahun 2020

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,818 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta.

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,187 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *product assortment* terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta.

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,576 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta.

Hasil uji koefisien determinasi

Perhitungan nilai koefisien determinasi adalah:

Tabel 7.

Hasil Koefisien Determinasi		
<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
0,764	0,583	0,570

Sumber : data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil analisis di atas maka diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,570 atau 57%. Determinasi atau sumbangan variabel *store atmosphere*, *product assortment* dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta sebesar 57%. Sisanya sumbangan variabel-variabel lain hanya sebesar 43% seperti promosi, harga, lokasi dan lain-lain.

D. PEMBAHASAN

Hasil uji F diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($44,799 > 2,70$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya *store atmosphere*, *product assortment* dan kepercayaan secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hasil tersebut membuktikan semakin tinggi *store atmosphere*, *product assortment* dan kepercayaan maka pada minat beli konsumen akan mengalami peningkatan secara nyata.

Analisis uji t diperoleh hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,818 > 1,985$), nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,312, maka H_0 ditolak H_2 diterima. Artinya *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Apabila *store atmosphere* yang ada semakin nyaman, maka minat beli konsumen akan meningkat. *Store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta karena warna dinding cerah dan enak dipandang. Warna cream cat dinding yang membuat kondisi di dalam toko semakin terang membuat konsumen mudah dalam memilih produk yang akan dibeli. Donatello Surakarta memiliki pencahayaan yang baik sehingga

menambah kenyamanan saat belanja. Terlihat dari toko yang memberikan penerangan pada setiap sudut tempat yang ada di dalam toko. Alunan musik dan aroma ruangan yang nyaman sangat mempengaruhi minat konsumen dalam berbelanja. Adanya alunan musik dan aroma ruangan yang cukup wangi mempengaruhi konsumen betah di dalam toko. Pengaturan jalan di dalam Donatello Surakarta cukup lebar memudahkan konsumen berlalu lalang ketika berbelanja. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putriand (2019) *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Analisis uji t diperoleh hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,187 > 1,985$), nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,295, maka H_0 ditolak H_2 diterima. Artinya *product assortment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Apabila *product assortment* yang ada semakin lengkap, maka akan meningkatkan minat beli konsumen. *Product assortment* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta karena memiliki produk yang lengkap dan bervariasi, mulai dari sepatu untuk pria, wanita dan anak-anak. Sepatu yang ditawarkan memiliki model yang bervariasi, *trendy*, kekinian dan cocok digunakan untuk setiap kalangan. Banyaknya pilihan model membuat konsumen tidak perlu untuk berkunjung ke tempat lain, karena produk yang ditawarkan di Donatello Surakarta lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, Donatello juga menyediakan berbagai jenis tas dan sandal mulai dari sandal tali, *high heels*, *wedges* dan lain-lain. Adanya keragaman produk menjadi pertimbangan yang penting bagi konsumen dalam memilih tempat untuk berbelanja. Hal tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Donatello Surakarta. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Girsang dan Widodo (2016) *product assortment* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Analisis uji t diperoleh hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,576 > 1,985$), nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,242, maka H_0 ditolak H_4 diterima. Artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Apabila kepercayaan yang ada semakin tinggi, maka minat beli konsumen akan meningkat. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta karena memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang dijual berkualitas baik, tidak mudah rusak bila dipakai dan tahan lama. Barang yang dijual di Donatello Surakarta terjamin kualitasnya karena melalui penyeleksian yang ketat. Sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan di tolak. Hal ini dilakukan untuk menjaga nama baik Donatello Surakarta. Donatello terus berkomitmen menjaga kepercayaan konsumen dengan menyediakan produk-produk inovatif menyesuaikan dengan perkembangan *trend fashion*. Donatello memberikan kepercayaan dengan memiliki sumber daya manusia berkompeten, profesional dan mampu melayani konsumen dengan baik dan menyediakan lingkungan berbelanja lebih nyaman dan bersih. Donatello Surakarta memberikan tempat nyaman untuk konsumen dalam menghabiskan waktu berbelanja. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Anwar dan Afifah (2016) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

E. KESIMPULAN

Ada pengaruh simultan dan signifikan *store atmosphere*, *product assortment* dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta. *Product assortment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Donatello Surakarta.

F. REFERENSI

- Anwar, R.N., & Afifah, A. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs *Online* (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen* 9(1), 46-57
- Ghifari, M.I., & Saefulloh, D. 2018. The Influence of Store Atmospheric Factors toward Customer Purchase Intention on Minimarket Industry in Bandung, Indonesia (Alfamart and Circle K Comparison). *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 675-683
- Ghozali, I. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Girsang, P.J., & Widodo, A. 2016. Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Product Assortment* Terhadap Minat Beli Pada *The Secret Factory Outlet* Bandung. *Artikel Ilmiah Universitas Telkom*, 1-17
- Putriand, D.D. 2019. Pengaruh *Store Atmosphere*, *Service Quality* dan *Product Diversity* Terhadap Minat Beli Konsumen (Pada KFC Metropolitan City Pekanbaru). *JOM FISIP* 6(2), 1-16
- Rakhmawati, R.K., & Trenggana, A.F.M. 2018. Pengaruh *Store Atmosphere*, *Product Assortment* dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 8(2), 90-104
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Swasta. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Turban, E. 2016. *Electronic commerce. Managerial perspective Global*. New Jersey: Pearson
- Wahyuni, I., & Ernawati, S. 2020. Analisis Pengaruh *Product Assortment* dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Pada UMKM di Kota Bima. *Jurnal Sekretari dan Manajemen* 4(1), 49-53