



Analisis Pengaruh Store Layout Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Beli Konsumen

Titin Trimintarsih¹, Agung Triharso²

Fakultas Teknik Prodi Teknis Industri, Universitas Wahidiyah

trimintarsih.titin@gmail.com¹, agungharso@gmail.com²

Abstrak

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan bisnis sangat meningkat drastis. Berbagai jenis usaha nyatanya cukup menjanjikan untuk dilakukan. Hal ini mengakibatkan persaingan yang semakin ketat sehingga perusahaan dituntut harus memiliki strategi untuk dapat bersaing. Salah satu yang harus diperhatikan adalah *store layout* atau penataan toko dan kualitas pelayanan guna mempengaruhi keputusan beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh analisis *store layout* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan beli. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah konsumen Kios Wahidiyah sebanyak 125 responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda yang dibantu oleh perhitungan statistic IBM (SPSS 24). Berdasarkan perhitungan data, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan terdapat pengaruh dan signifikan pada dimensi *store layout* (alokasi ruang lantai, penentuan pola berjalan, penentuan kebutuhan ruang, pemetaan dalam toko, penataan produk) terhadap keputusan beli. Dan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, reability, responsiveness, assurance, emphaty*) terhadap keputusan beli. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan beli sebesar 11,1 %.

Kata Kunci : Store Layout, Kualitas Pelayanan, Keputusan Beli Konsumen, Statistic (SPSS).

Abstract

In the current era of globalization, business development has dramatically increased. In fact, various types of businesses are promising to do. This results in increasingly fierce competition so that companies are required to have a strategy to be able to compete. One thing that must be considered is the store layout and service

quality in order to influence consumer to buying desicion. This study aims to determine the influence of store layout analysis and service quality tobuying decisions. In this study, the samples used were 125 Kios Wahidiyah consumers. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis method assisted by IBM statistical calculations (SPSS 24). Based on the calculation of the data, this study can be concluded that there is a significant and overall influence on the store layout dimensions (allocation of floor space, the determination of walking patterns, the determination of space needs, the store mapping in the store, arrangement of product) to the buying decisions. And has a positive and significant impact on the dimensions of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy) to the buying decisions. Service quality has the most dominant influence on buying decisions of 11.1%.

Keywords: *Store Layout, Service Quality, Buying Desicion, Statistics (SPSS).*

A. PENDAHULUAN

Pengaturan tata letak merupakan salah satu faktor yang menarik perhatian konsumen, hal ini akan mempengaruhi minat terhadap produk tertentu. Oleh karena itu, tata letak toko perlu diperhatikan.

Tata letak toko yang benar akan mendorong konsumen untuk berpindah-pindah isi toko. Cara ini efektif dalam memperkenalkan produk baru, membuat konsumen merasa nyaman saat berbelanja di toko, dan memudahkan konsumen menemukan produk yang diinginkan. Tidak hanya itu, tata letak toko yang terencana dengan baik akan membantu Menentukan efisiensi dan menjaga kelayakan atau keberhasilan kerja perusahaan industri.

Kios Wahidiyah menyediakan berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari, kantor, sekolah, dan alat tulis. Kios Wahidiyah dikenal karena memiliki harga yang kompetitif.

Seiring dengan perkembangan zaman dan persaingan ketat di bidang retail, Kios Wahidiyah harus menggunakan langkah baru untuk menarik kesadaran pelanggan atas produk yang dijual. Salah satu yang

dapat dilakukan dengan menerapkan strategi diferensiasi pada *layout* tata letak fasilitas dan kualitas pelayan yang baik.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Layout

Tata letak adalah keputusan penting Dalam jangka panjang, tentukan efisiensi operasi. Ada banyak tata letak Pengaruh strategis, karena tata letak menentukan daya saing perusahaan Kapasitas lingkungan kerja, proses, fleksibilitas, biaya dan kualitas, informasi kontak Citra konsumen dan perusahaan.

Jay Heizer & Barry Render (2009), tata letak merupakan suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi secara jangka panjang. Sehingga membantu mengoperasikan organisasi mencapai suatu strategi yang menunjang diferensiasi, biaya rendah, atau respon cepat. Tujuan strategi tata letak adalah untuk membangun tata letak yang ekonomis yang memenuhi kebutuhan persaingan perusahaan (Jaz Heizer & Barry Render, 2009).

2. Store Layout

Store layout adalah tata letak produk, kasir dan arus lalu lalang konsumen di dalam toko. Penjual harus merancang *store layout* produk yang menarik dan mudah diakses oleh konsumen. *Store layout* juga harus memudahkan konsumen berjalan dan berlalu lalang sehingga konsumen dapat mencari dan memperoleh barang yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat. Prinsipnya, *store layout* semua elemen yang ada ditoko haruslah menciptakan kondisi menyenangkan bagi semua pihak, yaitu konsumen, pelayan toko, *retailer*.

Store layout yang tepat akan membantu *retailer* agar bisa menyajikan produknya dengan baik, mempermudah konsumen melakukan belanja dan efisiensi kerja petugas akan meningkat, meningkatkan keuntungan bagi owner dan mempengaruhi perilaku berbelanja konsumen (Sumarwan, 2004).

Contohnya seperti *Toys R Us* menggunakan *layout* yang hampir menggiring konsumen untuk bergerak ke bagian *inexpensive impulse* ke *expensive goods*. Metode lainnya untuk membantu konsumen mengitari toko untuk melihat perbedaan. *Store* harus diisi dengan sedikit konser atau sudut yang membuat konsumen berkeliling (Levy & Weitz, 2001).

3. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan jasa berfokus pada usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan dari pelanggan.

Wyckof (1990), mendefinisikan Kualitas layanan adalah tingkat mutu yang diharapkan dan mengendalikan tingkat mutu untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan cerminan dari penilaian dan persepsi konsumen Layanan diterima pada waktu tertentu (Parasuraman, 1988).

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 2009).

4. Keputusan Beli

Proses keputusan dalam pembelian yang kompleks tak jarang menyangkut pilihan antara dua atau bahkan lebih pilihan tindakan. Keputusan mensyaratkan alternatif diantara beberapa perilaku yang

berbeda. T. Hani Handoko (2003, hal. 129-130) menyatakan : “Pembuatan keputusan (decision making) menggambarkan proses melalui serangkaian kegiatan yang dipilih sebagai penyelesaian suatu masalah tertentu.” Nugroho J. Setiadi (2003 hal. 415) menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses yang terintegrasi Menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif Dan pilih salah satunya.

Jadi keputusan konsumen merupakan langkah yang diambil untuk menyelesaikan masalah yang terjadi dan harus dihadapi agar dapat mencapai tujuan dengan cepat dan biaya efisien.

5. Perhitungan SPSS

SPSS (Paket Perangkat Lunak Statistik untuk Ilmu Sosial) adalah sebuah program Komputer untuk analisis statistik dan analisis data tingkat lanjut Algoritme pembelajaran, analisis string, dan analisis big data Integrasikan serta membangun platform analisis data.

6. Kios Wahidiyah

Kios wahidiyah merupakan sebuah usaha dagang yang berada dibawah naungan Badan Usaha Milik Perjuangan Wahidiyah (BUMPW). Tujuan dibukanya usaha ini untuk memenuhi kebutuhan pokok para santri. Kios Wahidiyah mulai membuka usahanya pada pukul 07.00 pagi sampai 16.00 sore. Kios Wahidiyah berlokasi di Jl. K.H. Wachid Hasyim Bandar Lor Mojoroto Kota Kediri, lokasinya juga masih berada di sekitar rumah warga sehingga yang membeli tidak hanya dari para santri saja. Karyawan yang berjaga dan mengelola Kios Wahidiyah adalah personil wahidiyah yang langsung ditunjuk oleh pemilik Yayasan Perjuangan Wahidiyah dengan jumlah

karyawan sebanyak 3 orang, dengan rincian karyawan laki-laki berjumlah 2 orang dan karyawan perempuan berjumlah 1 orang.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode deskriptif yang bersifat kuantitatif digunakan oleh peneliti untuk mengukur pengaruh *store layout* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan beli konsumen pada konsumen kios wahidiyah. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai variabel dependen (Kazmier, 2005). Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu *store layout* (X1), dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikat yakni keputusan beli (Y) pada konsumen Kios Wahidiyah.

Dengan mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Variabel *store layout* berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli.

H2 : Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli.

H3 : Variabel *store layout* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan beli.

Persamaan regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan beli konsumen

b = Koefisien regresi dari variabel X

X1 = Rata-rata *store layout*

X2 = Rata-rata kualitas pelayanan

1. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan uji F tes yaitu dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1 (*store layout*) dan X2 (kualitas pelayanan) benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) bertujuan untuk melihat tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel bebas sama sekali tidak mempengaruhi variabel terikat. Jika koefisien determinasi semakin mendekati satu, disimpulkan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Koefisien determinasi dapat bermanfaat

untuk melihat presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X).

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang pengaruh *store layout* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan beli di Kios Wahidiyah. Populasi konsumen yang didapat setiap hari adalah sebesar 25 orang, dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel selama 7 hari dengan asumsi bahwa 25 orang yang menjadi populasi dalam setiap harinya, mengunjungi kios minimal dalam satu minggu sekali. Kemudian didapat populasi sebanyak 175 orang. Dari populasi sebanyak 175 tersebut dilakukan pengambilan sampel menggunakan teknik solvin dengan tingkat kesalahan 5 %, dan mendapatkan hasil sampel sebanyak 125 orang. Berikut perhitungannya =

$$\begin{aligned}n &= N / (1 + (N \times e^2)) \\&= 175 / (1 + (175 \times 0,05^2)) \\&= 175 / (1 + 0,4375) \\&= 175 / 1,4375 \\&= 121,74 \quad \longrightarrow \text{dibulatkan menjadi 122 orang}\end{aligned}$$

Kemudian ditambah dengan populasi karyawan Kios Wahidiyah sebanyak 3 orang karena karyawan disini juga sebagai konsumen, diambil populasi untuk mengetahui penilaiannya sebagai konsumen dan karyawan yang bekerja, berikut perhitungannya :

$$\begin{aligned}n &= N / (1 + (N \times e^2)) \\&= 3 / (1 + (3 \times 0,05^2)) \\&= 3 / (1 + 0,0075)\end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= 3 / 1,0075 \\ &= 2,97 \quad \longrightarrow \text{dibulatkan menjadi 3 orang} \end{aligned}$$

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukr suatu kevalidan suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan tidak valid.

Uji validasi dalam penelitian ini diajukan kepada 125 responden dengan 47 soal kuisisioner, dengan tingkat siginfikansi 5% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1743.

a. Uji Validitas Store Layout

Berikut hasil uji validitas store layout pada Kios Wahidiyah berdasarkan Print Out hasil perhitungan SPSS (2020) :

A. Alokasi Ruang lantai, terdiri dari :

Display penataan barang menarik konsumen, are display yang memudahkan konsumen untuk melihat barang yang dijual, area display memudahkan konsumen berinteraksi dengan pelayan, Peletakkan area non-display barang, Penataan area non-display barang, Area non-display barang tidak mengganggu konsumen saat mengelilingi toko = bernilai 0,5 – 0,6

B. Penentuan Pola Berjalan

Pengaturan lorong memuat konsumen tertarik mengelilingi toko, banaknya lorong yang ada si srtore tidak mengganggu konsumen, pengelompokan berdasarkan jenis membuat konsumen tertarik mengelilingi toko = bernilai 0,5 - 0,6

C. Penentuan Kebutuhan Ruang

Ruangan yang disediakan sesuai dengan banyaknya barang yang ditawarkan, penataan display varian produk sesuai dengan besar ruangan setiap rak, jumlah barang yang didisplay tidak mengganggu produk lainnya = bernilai 0,6

D. Pemetaan Dalam Toko

Peletakan barang dalam produk sesuai dengan prioritas konsumen, pemetaan posisi barang yang terkait, peletakan posisi furniture = bernilai 0,6

E. Penataan Produk Individu

Penataan display barang dengan jarak pandang konsumen, konsumen dapat melihat label harga dengan jelas, konsumen dapat melihat keseluruhan produk dengan jelas. = bernilai 0,53

Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} (0,5 – 0,6) semua item pernyataan di atas lebih dari r_{tabel} (0,1743), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang berjumlah 18 butir dinyatakan valid.

a. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Hasil uji validitas kualitas pelayanan terhadap Kios Wahidiyah bahwa nilai r_{hitung} semua item pernyataan di atas lebih dari r_{tabel} , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang berjumlah 25 butir dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Keputusan Beli

Hasil uji validitas keputusan beli terhadap Kios Wahidiyah yang ditunjukkan menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} semua item pernyataan di atas lebih dari r_{tabel} , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

seluruh item pernyataan yang berjumlah 4 butir dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Hasil Uji Reabilitas Variabel *Store Layout*, Kualitas Pelayanan dan Keputusan beli menunjukkan bahwa variabel store layout, kualitas pelayanan dan keputusan beli memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$, sehingga butir pernyataan dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai signifikannya adalah 0,181. Nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal dan layak untuk melakukan uji regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil analisis uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji heteroskedastisitas antar variabel store layout dengan *Absolute residual* memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga layak untuk melakukan uji. Sedangkan pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *Absolute residual* $< 0,05$ yang artinya terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolonieritas

Hasil Uji Multikolonieritas dapat diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10. Berdasarkan nilai diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas, sehingga layak untuk melakukan uji regresi.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Menunjukkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh dari hasil analisis adalah $Y_{\text{keputusan beli}} = 2,615 + 0,037X_1 + 0,111X_2$

Dari persamaan regresi diatas diperoleh bahwa terdapat hubungan yang positif antara *store layout* (X1) dengan keputusan beli (Y) dan terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan (X2) dengan keputusan beli (Y). Dengan demikian dari persamaan diatas dapat dianalisis sebagai berikut :

- a. Koefisien regresi pada konstanta adalah sebesar 2,615 artinya apabila variabel *store layout* dan kualitas pelayanan nilainya adalah 0 maka keputusan beli akan meningkat sebesar 2,615.
- b. Koefisien regresi pada variabel Store Layout (X1) sebesar 0,037 artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan 1 (satu) nilai *store layout* akan meningkatkan keputusan beli sebesar 0,037.
- c. Koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,111 artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan 1 (satu) nilai kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan beli sebesar 0,111.

5. Uji Hipotesis

Setelah memperoleh persamaan regresi berganda, selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan Uji t dan Uji f serta koefisien determinasi.

a. Uji Simultan (Uji F)

Diperoleh nilai f hitung sebesar 87,116 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya variabel Store layout (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan beli (Y).

b. Uji Parsial (Uji t)

Diketahui bahwa :

1. Pada variabel Store Layout (X1) nilai t hitung = 1,686 < t tabel = 1,97960 maka H_0 diterima yang artinya variabel Store Layout (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Beli (Y).
2. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) nilai t hitung = 6,396 > t tabel = 1,97960 maka H_0 ditolak yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Beli (Y).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,581. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh independen yaitu Store Layout (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Beli (Y) adalah sebesar 58,1 %, sedangkan sisanya 41,9 % disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian tentang pengaruh variabel bebas yaitu Store Layout dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Beli dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Store Layout (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Beli (Y) pada konsumen Kios Wahidiyah.
2. Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Beli (Y) pada konsumen Kios Wahidiyah.
3. Store Layout (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Beli (Y) pada konsumen Kios Wahidiyah.

F. Saran

Dari hasil penelitian yang menghasilkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan Kios Wahidiyah dapat membuat penataan *store layout* yang baik dan menarik agar dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk melakukan keputusan beli di Kios Wahidiyah.
2. Kios Wahidiyah sebaiknya melakukan penambahan personil atau karyawan guna meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap konsumen. Ini dilakukan agar para pekerja bisa lebih fokus pada pekerjaan atau jabatan yang dipegangnya, dan tidak terbagi-bagi karena harus merangkap jabatan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Parasuraman. 2001. *The Behavior Consequenses of Service Quality*. Jurnal of Marketing. Vol 60.
- Azwar, Saifuddin. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Liberty: Yogyakarta, 1988.
- Budiastuti, Dyah dan Bandur, Agustinus. *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media.
- Haryanto, Resty Avita. 2013. *Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelamggan Pada Restoran Mcdonald's Manado*. Jurnal EMBA Vol. 1: 1465-1473.
- Irlatifah, Hubba Aulia. 2018. *Analisi Pengaruh Store Layout Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Beli Konsumen Studi Kasus Konsumen Pamela 6 Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Khair Hazmanan. 2016. *Dampak Atribut Toko Terhadap Krputusan Pembelian Pada Indomaret Dept Store Di Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 2 No. 1.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid1. Jakarta : Erlangga.
- Kurniasari, Nova Dhita. 2013. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen kualitas*. Yogyakarta : Perspektif Global Ekonisia.