

PENGARUH DESAIN EKSTERIOR, DESAIN INTERIOR, DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GIANT EXPRESS SINDANG BARANG

Muhamad Mulyana dan Adil Fadillah
Program Studi Pemasaran, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan
Bogor, Indonesia
Email : lemlit@stiekesatuan.ac.id

*Pengaruh
Desain
Eksterior,
Desain Interior,
dan Suasana
Toko Terhadap
Kepuasan
Pelanggan Giant
Express Sindang
Barang*

ABSTRACT

The exterior design of a building is part of the physical facilities that have a role in providing location and attracting consumers to come. It is instrumental in communicating information about what is in the building as well as establishing permanent advertisement for the consumer on overall image of a retail appearance. It is necessary to maintain the balance of the image formed on the outside of the building. Some components that can be defined for the interior are the aesthetics and design space.

The purpose of doing this study is to determine the extent of the influence of Exterior Design, Interior Design and Atmosphere Store for Customer Satisfaction. Customer satisfaction means that the customers must have what they really want (want), when (when), and how they acquire it. This study uses a quantitative research approach, and the data are collected by setting the first draft as the variables associated derived from existing theories obtained by researchers and use questionnaires to measure variables. Survey method used for the sampling of the population and questionnaires as main data collection instrument. SPSS is used to analyze the descriptive statistics.

The result shows that exterior design has a significance impact on customer satisfaction. The interior design has an influence on customer satisfaction. The atmosphere of the store has an influence on customer satisfaction, with the regression equation is $Y (16\ 249) = X_1 (0086) + X_2 (-0048) + X_3 (0665)$.

Keywords: Influence of exterior design, interior design and atmosphere Store Customer Satisfaction Giant Sindang Barang.

PENDAHULUAN

Saat ini *atmosphere* (suasana) menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk membeli barang di ritel. Suasana yang nyaman *homey* menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi ritel tertentu. Bahkan tidak sedikit konsumen yang lebih memilih membeli barang di ritel yang memberikan suasana nyaman dari pada membeli di ritel yang sekedar menjual saja ketimbang menambahkan suasana yang nyaman. Menciptakan atmosfer ritel dapat dimulai dari tema apa yang diusung untuk membuat ritel itu berbeda dengan ritel yang lain.

Bilamana penerapan di atas telah terpenuhi dan tercukupi dengan baik tentu tidak akan menjadi kendala bagi peritel khususnya di dalam melajukan penjualan. Hal

109

Submitted:
JANUARI 2017

Accepted:
OKTOBER 2017

JIMKES

Jurnal Ilmiah Manajemen
Kesatuan
Vol. 5 No.2, 2017
pg. 074 - 152
STIE Kesatuan
ISSN 2337 - 7860

ini akan menjadi kesan tersendiri bagi konsumen di dalam melakukan keputusan pembelian barang pada ritel tersebut tersebut. Di samping itu proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif.

Keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Jelas bahwa proses pembelian berlangsung jauh sebelum pembelian aktual dan berlanjut jauh sesudahnya. Pasar perlu berfokus pada seluruh proses pengambilan keputusan pembelian bukan hanya pada proses pengambilan keputusan pembelian saja. Setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas dan akan masuk kedalam perilaku setelah pembelian yang penting di perhatikan oleh pemasar. Apa yang menentukan pembeli puas dan tidak puas terhadap pembelannya jawabannya terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja produk yang dirasakan. Jika produk jauh di bawah harapan konsumen, maka konsumen kecewa, jika produk memenuhi harapannya, konsumen terpuaskan dan senang.

TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa teori yang mendasari penelitian ini adalah : Pemasaran ritel atau biasa disebut bisnis eceran dapat diartikan sebagai kegiatan menjual barang atau jasa kepada individu untuk keperluannya sendiri, keluarga, atau rumah tangga (Hendri Ma'aruf , 2005 : 111).

Menurut Lewinson (dalam Foster: 2008 : 61) pertimbangan utama dalam eksterior toko adalah posisi toko dan arsitekturnya. Hal tersebut sangat berperan dalam mengkomunikasikan informasi tentang apa yang ada didalam gedung sehingga menjadi iklan permanen serta membentuk citra 20 bagi konsumen terhadap keseluruhan penampilan suatu toko eceran.

Menurut Lewinson (2006 : 107), Perancangan ruang terdiri dari pemanfaatan ruang dan pengalokasian ruang, bersama-sama dengan aspek penting di atas, penerangan, dekorasi, serta kebersihan turut menunjang suasana berbelanja yang menyenangkan.

Berman dan Evans dalam Fuad (2010 : 3) menyatakan bahwa *Store atmosphere* adalah "*Store's physical characteristic that are used to develop an image and draw customers*". Berdasarkan definisi tersebut, maka atmosphere toko adalah karakteristik yang biasanya digunakan untuk membangun kesan dan menarik para konsumen.

Kotler (2007 : 177) mengemukakan bahwa: Kepuasan merupakan ungkapan kata senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil kerja) yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Melalui metode ini diharapkan penulis dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas Desain Eksterior (X_1), Desain Interior (X_2) dan Suasana Toko (X_3) terhadap variabel terikatnya yakni Kepuasan Pelanggan (Y). Besarnya pengaruh yang terjadi sebagaimana terukur dari nilai koefisien determinasi, sehingga dapat dijadikan acuan bagi kegiatan penelitian lanjutan/penelitian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Desain Eksterior, Desain Interior, Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Giant *Express Sindang Barang*

A. Uji Asumsi Klasik

I. Uji Normalitas

Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan software SPSS 20.0 didapat hasil interpretasi data variabel kepuasan pelanggan seperti pada tabel 1.

Tabel 1.
Uji Normalitas Data

Descriptive Statistics									
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	100	-1,97484	2,06291	0E-7	,81370691	-,111	,241	-,324	,478
Valid N (listwise)	100								

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2015

Terlihat bahwa rasio skewness $-0,111/0,241 = -0,460$ sedangkan rasio kurtosis $-0,324/0,478 = -0,677$. Karena rasio skewnes dan rasio kurtosis berada diantara -2 hingga 2, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 2
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	16,249	3,638		4,467	,000	
1	Desain Eksterior	-,086	,082	-,112	-1,049	,297	,668
	Desain Interior	-,048	,119	-,048	-,406	,686	,551
	Suasana Toko	,665	,121	,551	5,477	,000	,759

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2015

Terlihat dari variable penjelasan di atas memiliki nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak memiliki masalah Multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3.
Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3,330	2,050		1,624	,108	
1	Desain Eksterior	,066	,042	,185	1,562	,122
	Desain Interior	,044	,061	,093	,717	,475
	Suasana Toko	-,232	,071	-,411	-3,255	,002
	Kepuasan Pelanggan	,044	,052	,094	,843	,402

a. Dependent Variable: abresid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2015

Nilai statistik dari seluruh variabel menjelaskan tidak ada yang signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pengaruh Desain eksterior, Desain Interior, dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan diuji dengan uji t yang bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh satu variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Hasil pengujian dengan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.
Uji T

	Paired Samples Test					t	df	Sig. (2- tailed)	
	Paired Differences								
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
				Lower	Upper				
Pair 1	Desain Eksterior - Kepuasan Pelanggan	-3,940	1,549	,155	-4,247	-3,633	-25,430	99	,000
Pair 2	Desain Interior - Kepuasan Pelanggan	-2,470	1,226	,123	-2,713	-2,227	-20,140	99	,000
Pair 3	Suasana Toko - Kepuasan Pelanggan	-1,500	,882	,088	-1,675	-1,325	-17,008	99	,000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2015

Hipotesa :

Jika T hitung \leq T tabel atau probabilitas \geq 0,05 maka Ho diterima

Jika T hitung $>$ T tabel atau probabilitas $<$ 0,05 maka Ho ditolak

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai T hitung untuk desain eksterior yaitu -25,430, pada T tabel dengan df 99 dan taraf signifikan 0,05 diperoleh 1.660, karena T hitung $<$ T tabel maka Ho diterima. dan nilai T hitung untuk desain interior adalah -20,140, pada T tabel dengan df 99 dan taraf signifikan 0,05 diperoleh 1.660, karena T hitung $<$ dari T Tabel maka Ho diterima, sedangkan nilai T hitung untuk suasana toko -17,008, pada T tabel dengan df 99 diperoleh 1.660, karena T hitung $<$ dari T Tabel maka Ho diterima.

Dilihat dari tabel di atas, maka semua variable memiliki hipotesa diterima, karena nilai T hitungnya lebih kecil dari T tabel.

5. Uji F

Tabel 5.
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23,440	3	7,813	11,443	,000 ^b
	Residual	65,550	96	,683		
	Total	88,990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Suasana Toko, Desain Eksterior, Desain Interior

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2015

Jika F hitung < F tabel atau probabilitas >= 0,05 maka Ho diterima
Jika F hitung > F tabel atau probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk F hitung diperoleh nilai 11,443, dengan tingkat signifikansi atau probabilitas 0,000 < 0,05, maka Ho diterima.

B. Uji Regresi Berganda

Tabel 6
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,513 ^a	,263	,240	,826	,263	11,443	3	96	,000

a. Predictors: (Constant), Suasana Toko, Desain Eksterior, Desain Interior
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2015

Tabel di atas menunjukkan nilai R yang merupakan simbol dari nilai koefisien korelasi. Pada nilai korelasi adalah 0,513. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel penelitian ada di kategori cukup kuat.

Melalui tabel model *summary* juga diperoleh nilai R atau *koefisien determinasi* (KD) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai *koefisien determinasi* (KD) yang diperoleh adalah 0,513 yang dapat ditafsirkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh kontribusi sebesar 51,3% terhadap variabel Y dan 48,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Tabel 7
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23,440	3	7,813	11,443	,000 ^b
	Residual	65,550	96	,683		
	Total	88,990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Suasana Toko, Desain Eksterior, Desain Interior

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2015

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas $\geq 0,05$, maka H_0 diterima
Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk F_{hitung} diperoleh nilai 11,443, dengan tingkat signifikansi atau probabilitas $0,000 < 0,05$, maka H_0 diterima.

Tabel 8
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16,249	3,638		4,467	,000
1					
Desain Eksterior	,086	,082	,112	1,049	,297
Desain Interior	,048	,119	,048	,406	,686
Suasana Toko	,665	,121	,551	5,477	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2015

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai constant 16.249, desain eksterior 0.086, desain interior 0.048, dan suasana toko yaitu 0.665, maka persamaan regresinya adalah $Y (16.249) = X_1 (0.086) + X_2 (-0.048) + X_3 (0.665)$.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan serta pemaparan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Desain Eksterior memiliki nilai signifikansi (sig) 0,00, dengan derajat signifikansi 0,05, artinya $0,000 < 0,05$, maka desain eksterior memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Desain interior memiliki nilai signifikansi (sig) 0,00, dengan derajat signifikansi 0,05, artinya $0,00 < 0,05$ maka desain interior memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Suasana toko memiliki nilai signifikansi (sig) 0,00, dengan derajat signifikansi 0,05, artinya $0,00 < 0,05$ maka desain interior memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Nilai konstan 16.249, desain eksterior -0.086, desain interior -0.048, dan suasana toko yaitu 0.665, maka persamaan regresinya adalah $Y (16.249) = X_1 (0.086) + X_2 (-0.048) + X_3 (0.665)$.

DAFTAR PUSTAKA

- Berman dan evans *dalam Fuad* (2010 : 3), Store Atmosphere dan Perilaku Pembelian. Jurnal Manajemen Pemasaran Modern. Vol. 2, No. 1, Januari-Juni. Hal. 1-14
- Bob Foster, (2008 : 62). *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler dan Armstrong (2007 : 164) Dasar-dasar Pemasaran edisi Kesembilan Jilid I PT. Indeks Jakarta.
- Sugiyono, (2009), Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta: Bandung.
- Sumarwan *dalam* Utami, (2010 : 285) Perilaku Konsumen: 'Teori dan Penerapannya dalam. Pemasaran'. Bogor: PT. Ghalia Indonesia
- Utami, C. W. (2010), Penerbit Pemasaran Jasa. Edisi I. Penerbit : Bayu Media, Jakarta.