

## Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar

*I Kd Angga Purnama Bayu Mahardika\**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia

**Abstract:** *With the development of the era, many advanced technologies were created such as one of them e-cigarettes. Vaporizer or better known as Vape is an e-cigarette that is an alternative to the product as a substitute for tobacco cigarettes. E-cigarettes are battery-powered devices that provide the same dose of nicotine as conventional smoking. The issues that will be discussed in this study are how the effect of store atmosphere, promotion and price simultaneously on buying interest in The Clouds Vapor & Matter in Denpasar City, how the influence of store atmosphere, promotion and partial price on buying interest in The Clouds Vapor & Matter in Denpasar City. The purpose of this research is to find out the influence of store atmosphere, promotion and price simultaneously on buying interest in The Clouds Vapor & Matter in Denpasar City, to know the influence of store atmosphere, promotion and price partially on buying interest in The Clouds Vapor & Matter in Denpasar City. The samples used in the study were consumers of The Clouds Vapor & Matter in Denpasar City as many as 40 by disseminating a likert scale questionnaire using random sampling method. This research instrument uses validity tests and reliability tests. Data analysis techniques used classic assumption test consisting of multicollinearity test, heteroskedastisity test and normality test which is then continued with multiple linear regression analysis. Hypothetical test using simultaneous significance test (Test F) and partial significance test (t test). The results of the research of all independent variables namely store atmosphere, promotion and price simultaneously have a positive and significant effect on buying interest in The Clouds Vapor & Matter in Denpasar City. A significant partial test of the t-test on the store atmosphere variable significantly affects the buying interest in The Clouds Vapor & Matter in Denpasar City, the promotional variable has a significant effect on the buying interest in The Clouds Vapor & Matter in Denpasar city and the price variable has an insignificant effect on the buying interest in The Clouds Vapor & Matter in Denpasar City.*

**Keywords:** *Store Atmosphere; Promotion; E-cigarettes*

### How to cite;

Mahardika, I, K, P, B. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*, 1(1), 31-44, doi:

---

\*Corresponding Author's e-mail: [purnamabayu@gmail.com](mailto:purnamabayu@gmail.com)

## Pendahuluan

Perkembangan bisnis telah berkembang sangat pesat sehingga seorang yang ingin mempunyai usaha sendiri harus berlomba-lomba dengan pesaing yang lain untuk menarik para konsumen agar membeli sebuah produk yang kita jual, karena mengingat banyaknya usaha baru yang ikut bersaing pada dunia bisnis. Dalam kegiatan usaha pada dasarnya memperoleh keuntungan guna mempertahankan kelangsungan perusahaan di tengah persaingan yang sangat ketat. Peningkatan akan adanya toko rokok elektrik terus menerus meningkat disetiap tahunnya sehingga pelaku usaha harus memaksimalkan kinerja dari perusahaannya agar dapat bersaing di pasaran.

Dengan berkembangnya jaman maka banyak pula teknologi yang canggih diciptakan seperti salah satunya rokok elektrik, rokok elektrik tersebut sangat mengurangi dampak daripada penggunaan rokok tembakau, hal ini dipicu karena tren pada jaman sekarang anak muda lebih memilih rokok elektrik daripada rokok tembakau. Vaporizer atau yang lebih dikenal dengan Vape adalah rokok elektrik yakni sebuah alternatif dari produk sebagai pengganti rokok tembakau. Rokok elektrik adalah suatu perangkat dengan tenaga baterai yang menyediakan dosis nikotin hirup memberikan efek sama seperti merokok konvensional. Rokok ini memberikan rasa dan sensasi fisik yang hampir sama dengan asap tembakau hirup. Tapi, di dalam vape tidak melibatkan tembakau, asap atau pembakaran. Pada dasarnya vapor adalah hasil penguapan dari cairan yang diteteskan ke kapas yang telah dipanaskan oleh listrik. Rokok ini biasanya berbentuk tabung yang memanjang. Vape saat ini telah banyak menggantikan pengguna rokok karena vape bersifat uap bukan asap hasil pembakaran.

Semakin meningkatnya penggunaan vape semakin banyak juga tingkat persaingan bisnis dalam melakukan penjualan vape salah satunya adalah membuat strategi bisnis yang semenarik mungkin yang membuat minat beli konsumen untuk membeli barang tersebut dengan berbagi aspek seperti suasana toko, promosi dan harga. Semakin banyak pesaing lainnya menggunakan strategi bisnis yang cukup untuk menarik minat beli konsumen sehingga strategi bisnis vape yang ditawarkan juga hampir sama dengan pesaing lainnya misalnya seperti usaha vape, Umah Vape, Jegeg Vape, Bali Vape dan Becik Vape dimana usaha vape lainnya juga menyediakan hal yang hampir sama seperti suasana toko, promosi dan harga dari The Clouds Vapor & Matter. Pengertian minat beli menurut [Assael \(1992\)](#) merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek, yang akan memunculkan niat atau instensi untuk membeli sebelum akhirnya konsumen benar-benar melakukan pembelian atau menunda untuk membeli ataupun tidak jadi membeli. Melihat kondisi seperti ini pemilik usaha membuat strategi bisnis untuk dapat mempertahankan dan kelangsungan usahanya, terutama dalam menarik konsumen sehingga konsumen minat membeli produk di The Clouds Vapor & Matter. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis ritel perlu membuat strategi bisnis yang menarik untuk dapat menarik konsumen dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing

lainnya untuk dapat menarik minat beli. Adapun faktor faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu suasana toko, promosi dan harga.

Membuat suasana toko yang menarik adalah salah satu faktor yang paling penting untuk membuat konsumen nyaman dalam berbelanja ditoko tersebut. Faktor suasana toko juga sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen, karena dengan suasana toko yang style classic atau modern dapat membuat konsumen nyaman berada ditoko tersebut dan berminat untuk berbelanja ditoko tersebut, Dalam penelitian [Satria \(2017\)](#) yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada Usaha A-36. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Beli konsumen pada Usaha A-36 dapat dipengaruhi oleh Promosi yang dilakukan oleh Usaha A-36. Dalam Penelitian [Razak \(2016\)](#) yang berjudul Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome di Provinsi Jakarta. Berdasarkan analisis promosi berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat minat beli pelanggan IndiHome di Propinsi DKI Jakarta. Dalam penelitian [Tika \(2014\)](#) yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang). Ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat beli K-pop (korean pop) album dengan sistem pre order secara online pada online shop Kordo Day Shop (CORP). Dalam penelitian [Iriani \(2014\)](#) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. Diketahui bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk batik Sendang Duwur Lamongan ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bersifat positif dan menunjukkan bahwa variabel ( $X_3$ ) mempunyai hubungan searah dengan minat beli (Y). Dan promosi merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi minat beli dari pada variabel independent lain dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan harga. Dalam penelitian [Muhammad \(2015\)](#) yang berjudul Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli sehingga hipotesis diterima. Besarnya sumbangan pengaruh promosi dalam menjelaskan minat beli konsumen Kerudung Rabban.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh suasana toko, promosi dan harga terhadap minat beli di the clouds vapor & matter di kota denpasar

## Metode

Penelitian ini dilakukan pada salah satu toko retail di Kota Denpasar. The Clouds Vapor & Matter berlokasi di Jalan Teuku Umar No. 192 Denpasar. Adapun objek penelitian ini yaitu dibidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh suasana toko, promosi dan harga terhadap minat beli pada The Clouds Vapor & Matter Denpasar. Penelitian ini melakukan analisis regresi linier berganda untuk

menganalisis hubungan antar variabel dengan mempergunakan SPSS 15 For Windows. Berdasarkan referensi tersebut, sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 40 pengamatan.

$$= 10 \times \text{jumlah variabel} = \text{sampel}$$

$$= 10 \times 4 = 40 \text{ orang.}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang.

Adapun variabel yang digunakan adalah variabel bebas yang meliputi Suasana Toko ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) dan variabel terikat yang meliputi Minat Beli ( $Y$ ). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang meliputi jumlah konsumen pertahun dan jumlah pegawai pada The Clouds Vapor & Matter dan data kualitatif yang meliputi struktur organisasi, sejarah berdirinya perusahaan dan deskripsi jabatan pada The Clouds Vapor & Matter.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dengan cara pengamatan langsung ke lokasi penelitian yang dibantu dengan pencatatan dan dokumentasi untuk menadapatkan gambaran yang jelas tentang lokasi, potensi dan permasalahan yang ada pada The Clouds Vapor & Matter. Kedua, Wawancara yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara lisan atau tanya jawab langsung dengan pihak owner atau pegawai untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan yang sedang terjadi pada The Clouds Vapor & Matter. Ketiga, Studi Kepustakaan yaitu pengumpulan data dari beberapa literatur-literatur, buku-buku dan hasil penelitian yang terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Keempat, Angket, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan alternatif-alternatif pernyataan-pernyataan secara tertulis kepada responden untuk memperoleh data primer yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas yang kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda. Uji hipotesa menggunakan uji signifikansi simultan (Uji F) dan uji signifikansi parsial (Uji t).

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan jumlah skor masing – masing variabel, maka tahap berikutnya dilakukan uji statistik yang berawal dengan uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas, heteroskedastisitas dan normalitas. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian regresi dengan bantuan software SPSS 15 For Windows.

### *Uji Asumsi Klasik*

#### Uji Multikolinearitas

Metode untuk mengetahui adanya multikolinieritas dalam model regresi adalah terlihat dari nilai *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF). Pada tabel 20 dibawah dapat dipaparkan perhitungan nilai *tolerance* dan VIF kurang dari angka 10 dan angka *tolerance* lebih besar dari 0,1 menggunakan software SPSS.

**Tabel 1**  
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,237	1,292		,957	,345		
	X1	,298	,162	,301	1,837	,074	,325	3,078
	X2	,468	,148	,461	3,164	,003	,411	2,431
	X3	,150	,168	,141	,892	,378	,347	2,880

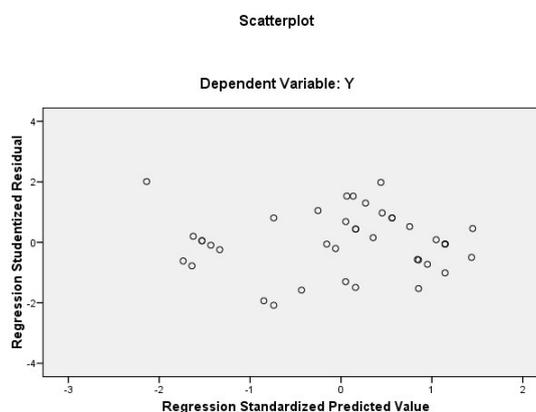
a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2020

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa *nilai tolerance* pada X1 adalah 0,325 dan *nilai varian inflation factor (VIF)* adalah 3,078 , *nilai tolerance* pada X2 adalah 0,411 dan *nilai varian inflation factor (VIF)* adalah 2,431, *nilai tolerance* pada X3 adalah 0,374 dan *nilai varian inflation factor (VIF)* adalah 2,880. Sehingga tidak ada variabel bebas yang nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 atau *varian inflation factor (VIF)* lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi

### Uji Heteroskedastisitas

Model dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 5%. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



**Gambar 1**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah 2020

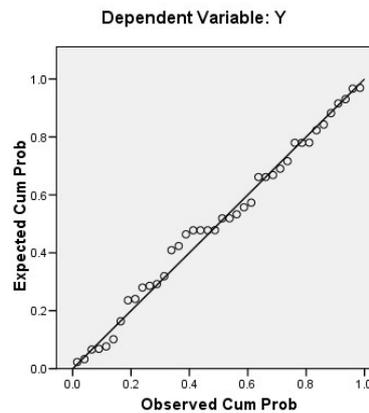
Berdasarkan gambar 1 diatas dapat diketahui bahwa semua data variabel

memiliki sebaran acak dan tidak adanya pola tertentu pada graffik Scatter Plot. Artinya pada model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

Uji normalitas sebaran data dilakukan dengan menggunakan P P-Plot Regression Standardizer. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 15 diperoleh hasil seperti gambar 2:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2

Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data diolah 2020

Dilihat dari gambar 2 diatas, grafik plot terlihat titik titik menyebar disekitar garis diagonal. Jadi dapat disimpulkan bahwa grafik diatas menunjukkan model regresi ini layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

### *Analisis Regresi Linier Berganda*

Berdasarkan pengujian uji asumsi klasik diatas, dapat disimpulkan bahwa model regresi lolos dari uji asumsi klasik. Model yang digunakan dalam menganalisis variabel – variabel yang mempengaruhi Minat Beli adalah model analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 15 For Windows. Dalam model analisis regresi linier berganda yang menjadi variabel terikatnya adalah Minat Beli sedangkan yang jadi variabel bebasnya adalah Suasana Toko, Promosi dan Harga. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 2:

**Tabel 2**  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,237	1,292		,957	,345
	X1	,298	,162	,301	1,837	,074
	X2	,468	,148	,461	3,164	,003
	X3	,150	,168	,141	,892	,378

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2020

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 2 dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,237 + 0,298 X_1 + 0,468 X_2 + 0,150 X_3$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

X<sub>1</sub> = Suasana Toko

X<sub>2</sub> = Promosi

X<sub>3</sub> = Harga

Arti persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

$\alpha$  = 1,237 artinya, Minat Beli (Y) akan menjadi pertimbangan konsumen apabila kualitas Suasana Toko (X<sub>1</sub>), Promosi (X<sub>2</sub>) dan Harga (X<sub>3</sub>) nilainya konstan atau tetap.

$\beta_1$  = 0,298 menyatakan bahwa Suasana Toko berpengaruh positif, artinya semakin baik Suasana Toko yang dibuat maka akan mampu menarik Minat Beli.

$\beta_2$  = 0,468 menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif, artinya semakin baik strategi Promosi yang dilakukan maka akan mampu menarik Minat Beli.

$\beta_3$  = 0,150 menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif, artinya semakin baik Harga yang ditetapkan dan sesuai kualitas produk maka akan mampu menarik terhadap Minat Beli.

### *Uji Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)*

Untuk menentukan seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat, maka perlu diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*). Adapun hasil uji Determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* adalah sebagai berikut :

**Tabel 3**  
Hasil Uji Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828 <sup>a</sup>	,686	,660	1,083

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2020

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui nilai adjusted R Square sebesar 0,660 (66%). Ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel bebas Suasana Toko, Promosi dan Harga memiliki pengaruh yang baik terhadap Minat Beli yaitu sebesar 66%. Sedangkan sisanya 44% dipengaruhi variabel lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

### *Uji Signifikan Simultan F (F-test)*

Untuk menguji signifikan atau tidaknya variabel bebas yang terdiri dari Suasana Toko (X<sub>1</sub>), Promosi (X<sub>2</sub>) dan Harga (X<sub>3</sub>) secara simultan terhadap variabel terikat Minat Beli (Y) pada The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar. Uji-F (F-test) yang langkah – langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

Merumuskan Hipotesis

Ho :  $\beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ , artinya antara variabel bebas (Suasana Toko, Promosi dan Harga) tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat Y (Minat Beli).

Hi :  $\beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$ , artinya variabel bebas X (Suasana Toko, Promosi dan Harga) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel terikat Y (Minat Beli).

Menentukan Pengujian

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 90% ( $\alpha = 10\%$ ), derajat bebas (df) = (k-1) ; (n-k) = (3-1) ; (40-3) = (2 ; 37) maka yang diperoleh F tabel sebesar 3,25.

Kriteria Pengujian

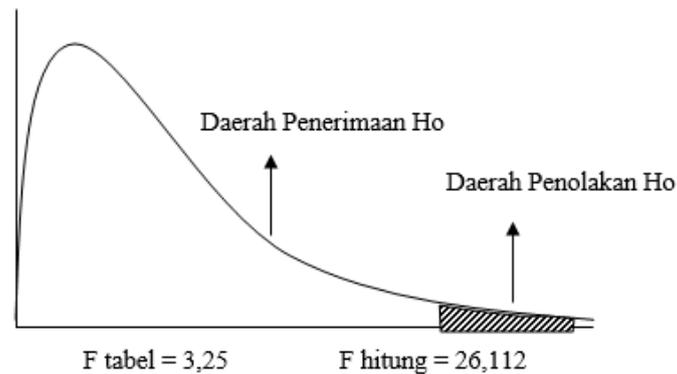
Jika F hitung > F tabel (3,25) maka Ho ditolak.

Jika F hitung < F tabel (3,25) maka Ho diterima.

Nilai F hitung

Diketahui :

F hitung = 26,216

Menentukan Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$ 

Gambar 3

Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  dengan Uji F

## Kesimpulan

Oleh karena  $F_{hitung} (26,216) > F_{tabel} (3,25)$  maka  $H_0$  ditolak. Ini berarti sesuai dengan hipotesis, Suasana Toko ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli ( $Y$ ) di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar.

*Uji Signifikan Parsial (t-test)*

Untuk menguji signifikan atau tidaknya variabel bebas yang terdiri dari Suasana Toko ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) secara parsial terhadap variabel terikat Minat Beli ( $Y$ ) pada The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar. Uji t (t-test) yang langkah – langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

Menguji Pengaruh Suasana Toko ( $X_1$ ) Terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar.

## Merumuskan Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$ , artinya variabel bebas Suasana Toko ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat Minat Beli ( $Y$ ).

$H_1 : \beta_1 > 0$ , artinya variabel bebas Suasana Toko ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel terikat Minat Beli ( $Y$ ).

## Menentukan Pengujian

Dengan menentukan tingkat keyakinan 90% ( $\alpha/2 = 10\%$ ), derajat bebas =  $(n-k-1) = 40 - 3 - 1 = 36$ , dengan uji sisi kiri maka diperoleh  $t_{tabel} = t_{0,05;36} = 1,688$ .

## Kriteria Pengujian

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} (1,688)$  maka  $H_0$  ditolak

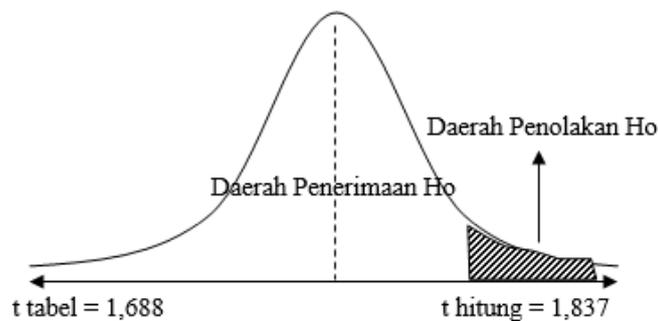
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} (1,688)$  maka  $H_0$  diterima

Nilai t hitung

Diketahui :

Nilai t hitung = 1,827

Menentukan Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho



Gambar 4

Daerah Perimaan dan Penolakan Ho untuk variabel Suasana Toko ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli (Y)

Kesimpulan

Oleh karena t hitung (1,847) > t tabel (1,688) maka Ho ditolak. Ini berarti sesuai dengan hipotesis, Suasana Toko ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli (Y) di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar.

Menguji Pengaruh Promosi ( $X_2$ ) Terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar.

Merumuskan Hipotesis

Ho :  $\beta_2 = 0$ , artinya variabel bebas Promosi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat Minat Beli (Y).

Hi :  $\beta_2 > 0$ , artinya variabel bebas Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel terikat Minat Beli (Y).

Menentukan Pengujian

Dengan menentukan tingkat keyakinan 90% ( $\alpha/2 = 10\%$ ), derajat bebas =  $(n-k-1) = 40 - 3 - 1 = 36$ , dengan uji sisi kiri maka diperoleh t tabel =  $t_{0,05;36} = 1,688$

Kriteria Pengujian

Jika t hitung > t tabel (1,688) maka Ho ditolak

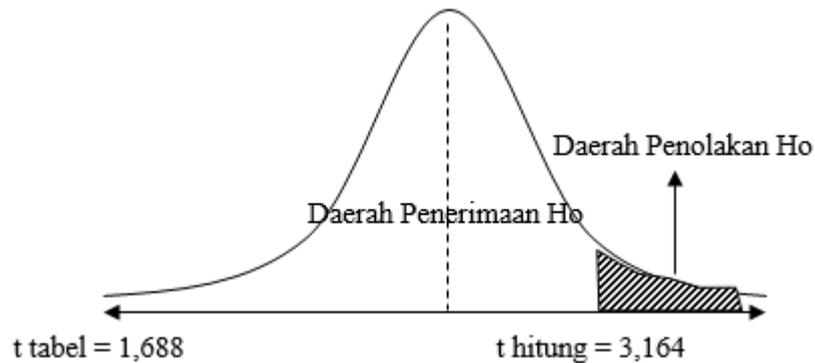
Jika t hitung < t tabel (1,688) maka Ho diterima

Nilai t hitung

Diketahui :

Nilai t hitung = 3,164

Menentukan Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho



Gambar 5

Daerah Perimaan dan Penolakan Ho untuk variabel Promosi (X<sub>2</sub>) terhadap Minat Beli (Y)  
Kesimpulan

Oleh karena t hitung (3,164) > t tabel (2,028) maka Ho ditolak. Ini berarti sesuai dengan hipotesis, Promosi (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli (Y) di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar.

Menguji Pengaruh Harga (X<sub>3</sub>) Terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar.

Merumuskan Hipotesis

Ho :  $\beta_3 = 0$ , artinya variabel bebas Harga (X<sub>3</sub>) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat Minat Beli (Y).

Hi :  $\beta_3 > 0$ , artinya variabel bebas Harga (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel terikat Minat Beli (Y).

Menentukan Pengujian

Dengan menentukan tingkat keyakinan 90% ( $\alpha/2 = 10\%$ ), derajat bebas =  $(n-k-1) = 40 - 3 - 1 = 36$ , dengan uji sisi kiri maka diperoleh t tabel =  $t_{0,05;36} = 1,688$

Kriteria Pengujian

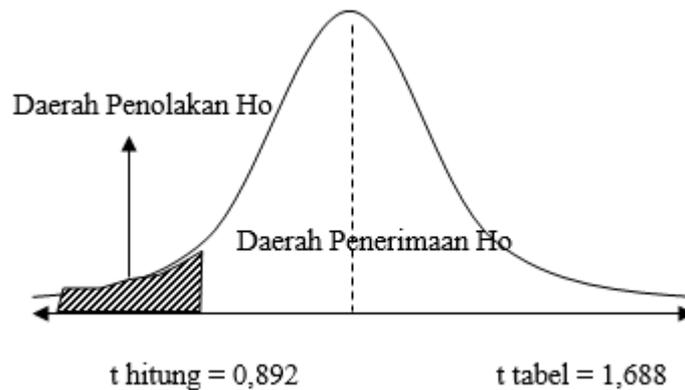
Jika t hitung > t tabel (1,688) maka Ho ditolak

Jika t hitung < t tabel (1,688) maka Ho diterima

Nilai t hitung

Diketahui

Nilai t hitung = 0,892

Menentukan Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$ 

Gambar 6

Daerah Perimaan dan Penolakan  $H_0$  untuk variabel Harga ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y)  
Kesimpulan

Oleh karena  $t_{hitung} (0,892) < t_{tabel} (1,688)$  maka  $H_0$  diterima. Ini berarti tidak sesuai dengan hipotesis Harga ( $X_3$ ) berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap Minat Beli (Y) di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar.

*Pembahasan*

## Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian memperoleh hasil dimana Suasana Toko mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di kota Denpasar. Hal ini sesuai dengan jawaban hipotesis yang mengatakan Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Suasana Toko merupakan hal yang sangat penting dalam membangun suatu usaha, semakin baik suasana toko tersebut maka konsumen akan merasakan suatu kenyamanan dan secara tidak langsung menarik minat beli.

## Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian memperoleh hasil dimana Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di kota Denpasar. Hal ini sesuai dengan jawaban hipotesis yang mengatakan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Promosi merupakan sesuatu yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha, promosi merupakan pengenalan suatu produk kepada konsumen, karena sebarangapun tinggi kualitas suatu produk jika konsumen belum pernah mendengarnya maka konsumen enggan untuk membeli produk tersebut. Promosi yang dilakukan dengan baik akan memunculkan minat beli dipikiran konsumen.

## Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian memperoleh hasil dimana Harga mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor &

Matter di kota Denpasar. Hal ini sesuai tidak dengan jawaban hipotesis yang mengatakan Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Beli. Harga merupakan komponen yang paling penting untuk menjadi pertimbangan minat beli konsumen, dikarenakan harga menentukan suatu kualitas produk, jika harga yang di tetapkan terlalu rendah maka keuntungan yang diperoleh sangat sedikit dan sebaliknya keuntungan yang diperoleh sangat banyak tetapi disisi lain sulit untuk menarik minat beli konsumen dikarenakan harga yang terlalu tinggi.

#### Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Suasana Toko, Promosi dan Harga secara serempak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar. Dengan menciptakan suasana toko, promosi dan harga yang lebih baik akan mampu menarik minat beli konsumen.

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka disimpulkan Hasil uji F menunjukan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Suasana Toko, Promosi dan Harga secara serempak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar. Penciptaan suasana toko yang nyaman, melakukan promosi yang baik dan menetapkan harga yang kompetitif akan mampu menarik minat beli konsumen di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel bebas Suasana Toko mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di kota Denpasar. Hal ini sesuai dengan jawaban hipotesis yang mengatakan Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Suasana Toko adalah bagian yang paling penting untuk diciptakan karena suasana toko yang baik mampu menarik minat beli di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel bebas Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di kota Denpasar. Hal ini sesuai dengan jawaban hipotesis yang mengatakan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Promosi sangat penting dilakukan karena promosiyang menarik akan mepu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel bebas Harga mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap Minat Beli di The Clouds Vapor & Matter di kota Denpasar. Hal ini tidak sesuai dengan jawaban hipotesis yang mengatakan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Harga merupakan suatu pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, dengan menetapkan harga yang kompetitif akan menarik minat beli konsumen di The Clouds Vapor & Matter di Kota Denpasar.

## Daftar Pustaka

- Assael. (1992). *Consumer Behavior. Edisi Bahasa Indonesia*. New Jersey: Prentice-Hall Inc
- Martono, R. A. P., & Iriani, S. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2(2). Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/10202>
- Muhammad, S., Nugraha, H. S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 20-27. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/10289>
- Razak, I. (2016). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome Di Propinsi Dki Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 4(2). <http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v4i2.39>
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen & Start Up Bisnis*, 2(1). Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/436>
- Tika, A. D. (2014). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang)*. Program Manajemen Universitas Dian Nuswantoro. Retrieved from <http://eprints.dinus.ac.id/8701/>