ARTIKEL

Pengaruh Suasana Toko, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko X di Kota Kediri

Oleh:

NAMA : VINDASARI

NPM : 13.1.02.02.0218

Dibimbing oleh :

1. Dr. Samari, H., M.M.
2. Rony Kurniawan., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Vindasari
NPM	: 13.1.02.02.0218
Telepun/HP	: 085735696243
Alamat Surel (Email)	: sarivinda25@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Suasana Toko, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko X di Kota Kediri
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jalan K.H. Ahmad Dahlan No.76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 9 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Samari, H., M.M. **NIDN. 0712026201**	**Rony Kurniawan., M.M.** **NIDN. 0730076804**	**Vindasari** NPM. 13.1.02.02.0218

Pengaruh Suasana Toko, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko X di Kota Kediri

Nama :Vindasari
NPM : 13.1.02.02.0218
Fak – Prodi : Ekonomi – Manajemen
Email : sarivinda25@gmail.com
Nama Dosen Pembimbing 1 dan 2
1. Dr. Samari, H., M.M.
2. Rony Kurniawan., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Dewasa ini, usaha yang bergerak dalam bidang ritel yang sekarang ini sedang berkembang pesat di Indonesia, salah satunya *speciallity store/*produk spesifik yaitu toko ritel yang hanya menjual produk jenis lini tertentu yang bersifat spesifik, misalnya toko aksesoris yang sekarang ini mulai berkembang pesat dan peminatnya yang banyak di Kota Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis suasana toko berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian, dan lokasi berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko X di Kota Kediri, serta untuk menganalisis suasana toko, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko X di Kota Kediri.

Sampel Penelitian ini adalah seluruh pembeli yang melakukan pembelian di Toko X di Kota Kediri yang sebanyak 60 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah memberikan kuesioner secara langsung kepada pembeli. Data dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif dan metode kuantitatif yang menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan *software SPSS version 23.0 for windows.*

Hasil penelitian menunjukan bahwa suasana toko secara signifikan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, hargasecara signifikan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, dan lokasi secara signifikan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Adapun variabel suasana toko, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan (serempak) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko X di Kota Kediri.

KATA KUNCI : *Suasana Toko, Harga, Lokasi, dan Keputusan pembelian*

I. LATAR BELAKANG

Dewasa ini, usaha yang bergerak dalam bidang ritel yang sekarang ini sedang berkembang pesat di Indonesia, salah satunya *speciality store*/produk spesifik yaitu toko ritel yang hanya menjual produk jenis lini tertentu yang bersifat spesifik, misal toko aksesoris yang hanya menjual perlengkapan aksesoris seperti gelang, kalung, tas, sepatu, dll dimana dapat kita jumpai di pusat perbelanjaan ataupun ruko di sebuah komplek perbelanjaan.

Semakin hari perkembangan *fashion* di Indonesia semakin berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, *style* yang kekinian yang melibatkan berbagai bentuk dan warna serta macam aksesoris yang kini kian beragam dan bentuk yang menarik, memperindah tampilan *style* anak muda jaman sekarang. Maka dari itu, peritel harus mampu mengikuti dan mengantisipasi perubahan gaya hidup konsumen dengan tanggap, terutama pada bisnis aksesoris kalung, gelang, anting, topi, sepatu dll.

Menurut Suharno (2010:98) keputusan pembelian merupakan tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya.

Terdapat beberapa faktor yang sangat berpengaruh besar terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di sebuah toko ritel, salah satunya adalah suasana toko (atmosfer toko). Menurut Utami (2010:281) suasana toko (atmosfer toko) adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk merancang respon mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang.

Faktor berikutnya yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:320) harga yang bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau

keguanaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.

Selain faktor harga, juga terdapat faktor lain yaitu lokasi. Menurut Kotler (2008:346), salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas.

II. METODE PENELITIAN

a. Teknik Penelitian

Menurut pendapat Sugiono (2015:37) teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kausal.

Penelitian dengan analisis kausal ini adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan dari analisis kausal ini adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana yang tidak mempengaruhi.

b. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *Accidental sampling*.

Menurut pendapat Sugiono (2010:217) *accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Menurut Darmawan (2009:90), penentuan jumlah sampel yang memegang peranan penting dalam hal estimasi dan interpretasi hasil maka ukuan sampel yang ideal dan representative adalah tergantung pada jumlah variabel bebas dikalikan 15 sampai dengan 20.

Dengan demikian sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel bebas sebanyak 4 adalah 4 x 15 = 60 orang. Untuk mendapatkan estimasi

dan interpretasi yang baik dari penelitian ini maka sampel yang diteliti ditetapkan sebanyak 60 responden.

c. Instrumen dan Uji Instrumen

Adapun instrumen peneliian ini dengan menggunakan kuesioner. Uji instrumen dalam penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

d. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

III. HASIL PENELITIAN

a. Hasil Uji Validitas

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas Instrumen

Var	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
X1	1	0,738	0,361	Valid
	2	0,686	0,361	Valid
	3	0,686	0,361	Valid
	4	0,853	0,361	Valid
	5	0,853	0,361	Valid
	6	0,738	0,361	Valid
X2	1	0,851	0,361	Valid
	2	0,515	0,361	Valid
	3	0,469	0,361	Valid
	4	0,632	0,361	Valid
	5	0,729	0,361	Valid
	6	0,851	0,361	Valid
X3	1	0,840	0,361	Valid
	2	0,551	0,361	Valid
	3	0,574	0,361	Valid
	4	0,700	0,361	Valid
	5	0,799	0,361	Valid
	6	0,840	0,361	Valid
Y	1	0,851	0,361	Valid
	2	0,515	0,361	Valid
	3	0,469	0,361	Valid
	4	0,632	0,361	Valid
	5	0,769	0,361	Valid
	6	0,851	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Yang diolah 2017

b. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3.2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Alpha Kritis	Ket.
Suasana Toko (X_1)	0,852	0,6	Reliabel
Harga(X_2)	0,773	0,6	Reliabel
Lokasi (X_3)	0,814	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,773	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Yang diolah 2017

c. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3.3
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	.424	1.357	
Suasana_Toko	.193	.097	.193
Harga	.294	.063	.332
Lokasi	.603	.113	.579

Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
Sumber : Output SPPS.23

d. Hasil Uji T

Tabel 3.4
Hasil Uji T (parsial)
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.424	1.357		.313	.756
	Suasana_Toko	.193	.097	.193	2.554	.004
	Harga	.294	.063	.332	4.683	.000
	Lokasi	.603	.113	.579	5.327	.000

Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
Sumber : Output SPPS.23

Dari Uji t yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana nilai dari t hitung variabel suasana toko adalah 2,554.

Nilai tersebut lebih besar dari t tabel = 2,004 sehingga hipotesis H_a diterima.

Dari Uji t yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana nilai dari t hitung variabel suasana toko adalah 4,683. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel = 2,004 sehingga hipotesis H_a diterima.

Dari Uji t yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana nilai dari t hitung variabel suasana toko adalah 5,327. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel = 2,004 sehingga hipotesis H_a diterima.

e. Hasil Uji F

Tabel 3.5
Hasil Uji F (simultan)
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	581.009	3	193.670	118.434	.000[b]
	Residual	91.574	56	1.635		
	Total	672.583	59			

Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Suasana_Toko
Sumber : Output SPPS 23

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 118,434 dengan batas signifikansi 0,05. Sementara F_{tabel} dengan batas signifikansi 2,769. Nilai Fhitung (118,434) > Ftabel (2,769) atau nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya **H_0 ditolak dan H_a diterima**.

Dari perhitungan tersebut membuktikan bahwa secara serempak (simultan) suasana toko(X_1), harga(X_2), dan lokasi(X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

f. Hasil Uji Korelasi dan Determinasi

Tabel 3.6
Hasil Uji Korelasi dan Determinasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Er of the Estima
1	.929[a]	.863	.857	1.2

Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Suasana_To
Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
Sumber : Output SPSS.23

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program *SPSS for Windows versi 23.0* dapat diketahui bahwa nilai *R* adalah sebesar 0,929.

Hal ini menunjukkan bahwa keeratan hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah hubungan yang sangat tinggi atau kuat sekali. Sementara itu, diketahui nilai *adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0,857.

Hal ini berarti 85,7% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel suasana toko, harga, dan lokasi. Sedangkan sisanya yaitu 14,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa secara parsial membuktikan bahwa suasana toko(X_1), harga(X_2), dan lokasi(X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

Secara simultan suasana toko, harga, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya suasana toko, harga, dan lokasi mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, dengan tingkat keakuratan sebesar 86,3%.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Ada pengaruh yang signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian. Dapat diartikan bahwa suasana toko mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
2. Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Dapat diartikan bahwa harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. Ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian. Dapat diartikan bahwa lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
4. Ada pengaruh yang signifikan antara suasana toko, harga, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dapat diartikan bahwa suasana toko, harga, dan lokasi secara sama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

V. DAFTAR PUSTAKA

Darmawan, E. 2009 . *Ruang Publik Dalam Arsitektur Kota.* Semarang. Badan Penerbit UNDIP.

Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran,* Jilid 1, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif (Untuk Perbaikan Kinerja dan Pengembangan Ilmu Tindakan).* Bandung: Alfabeta.

Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi dan Chandra. 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.

Utami, Christina Widya. 2010.*Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat.