

PENGARUH LINGKUNGAN TOKO DAN JUMLAH PENGUNJUNG TOKO TERHADAP JUMLAH PEMBELI

Sisno Riyoko

STTDNU Jepara, Jl. Taman Siswa (Pekeng) Tahunan Jepara

Abstract

This research is designed to examine the influence of stores' environment and the sum of visitors to the sum of consumers. Data collecting technique in this research are using questioner and Likerts scale 5 points from not good until very good. Analysis tool in this research using SPSS program. Population in this research are all stores in Jepara region. The examples taken are 34 stores. Double linier regression analysis resulting a hypothesis that using 5% alpha rate, store's environment variable has positive and significant influence to the sum of visitors, the sum of visitors has positive and significant influence to the sum of buyers, while store's environment has negative influence to the sum of buyers

Key words: *Store's environment, the sum of visitors and the sum of buyers*

Abstraksi

Penelitian ini menguji pengaruh lingkungan toko dan jumlah pengunjung toko terhadap jumlah pembeli. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini memakai kuesioner dan menggunakan skala Likert 5 point dari sangat tidak baik sampai sangat baik. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh toko yang ada di wilayah Jepara, sampel yang diambil sebanyak 34 toko. Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan hipotesis bahwa dengan menggunakan tingkat alpha 5% variabel lingkungan toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pengunjung, jumlah pengunjung toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pembeli, sedangkan lingkungan toko berpengaruh negatif terhadap jumlah pembeli.

Kata kunci : Lingkungan toko, jumlah pengunjung dan jumlah pembeli.

Pendahuluan

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk suatu negara membawa berbagai implikasi penting bagi kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Salah satu implikasi penting adalah kebutuhan akan sandang dan pangan yang sangat banyak

untuk memenuhi kebutuhan konsumsi penduduk. Kebutuhan sandang maupun pangan dapat diperoleh di pasar atau toko-toko eceran. Dengan demikian keberadaan toko atau bisnis eceran di tengah-tengah masyarakat menjadi sangat penting.

Usaha eceran atau toko yang secara tradisional dipandang oleh masyarakat sebatas penyedia barang dan jasa telah berkembang menjadi tidak sekedar tempat berbelanja tetapi juga tempat rekreasi dan bersosialisasi (Solomon, 1996). Sebagai konsekwensinya toko yang semula dikelola secara tradisional berubah menjadi bisnis yang semakin inovatif, dinamis dan kompetitive (Ghosh, 1992).

Persaingan yang ketat di usaha eceran khususnya di Indonesia juga disebabkan oleh semakin banyaknya usaha eceran luar negeri yang memasuki pasar domestik (alexander dan Lookwood, 1996). Masuknya usaha eceran luar negeri yang di kelola secara profesional menuntut usaha eceran domestik untuk dikelola secara profesional juga agar mampu bersaing melayani konsumen.

Oleh karena itu para pemilik toko perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tindakan konsumen adalah lingkungan (J. Paul Peter, Herry C. Olson, 2000). Lingkungan dapat dibedakan menjadi dua aspek yaitu lingkungan sosial dan lingkungan fisik. Jadi perhatian utama bagi pemilik toko atau usaha eceran adalah dengan melihat dua aspek lingkungan tersebut.

Sebuah toko atau usaha eceran yang lingkungan fisik atau sosial menarik menurut persepsi konsumen, maka jumlah pengunjung dan jumlah pembeli di toko tersebut akan meningkat, begitu sebaliknya jika toko atau usaha eceran baik lingkungan sosial maupun lingkungan fisik tidak menarik menurut persepsi konsumen maka akan ditinggalkan pelanggan.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, penelitian ini berupaya untuk menguji hubungan antara lingkungan toko dan jumlah pengunjung toko terhadap jumlah pembeli.

Rumusan masalah

Berdasarkan pendahuluan diatas maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan toko dengan jumlah pembeli ?

2. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan toko dengan jumlah pengunjung toko ?
3. Adakah pengaruh yang positif dan signifikan antara jumlah pengunjung toko dengan jumlah pembeli ?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh lingkungan toko dengan jumlah pembelinya.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh lingkungan toko dengan jumlah pengunjungnya.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh jumlah pengunjung toko dengan jumlah pembelinya.

Manfaat Penelitian

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik toko untuk mengembangkan usahanya.
2. Sebagai bahan informasi bagi peneliti-peneliti lain yang ingin mengembangkan penelitian ini.
3. Sebagai informasi bagi pembaca yang ingin mengetahui mengenai pengaruh lingkungan toko dan jumlah pengunjung toko dengan jumlah pembeli.

Tinjauan Pustaka dan Hipotesis.

Lingkungan toko merupakan segala sesuatu yang berada di sekeliling toko dan sangat mempengaruhi tindakan konsumen. J. Paul Peter, Herry C. Olson, 2000, menyatakan lingkungan sebagai "*the environment refer to all the physical and social characteristics of a consumer external world including physical object (product and stores) special relationships (location of stores and products in stores) and social behavior of the people (who to around and what they are doing)*". Berdasarkan definisi tersebut lingkungan konsumen terbagi kedalam dua macam yaitu lingkungan sosial dan lingkungan fisik.

1. Lingkungan sosial.

Lingkungan sosial adalah orang-orang lain yang berada disekeliling konsumen dan termasuk perilaku dari orang-orang tersebut (Ujang sumarwan, 2004).

Berdasarkan definisi tersebut lingkungan sosial di bedakan menjadi dua yaitu lingkungan sosial makro dan lingkungan sosial mikro. Lingkungan sosial makro

adalah interaksi sosial tak langsung dan *vicarion* diantara kelompok-kelompok masyarakat yang sangat besar (J. Paul Peter, Jerry C. Olson, 2000). Sedangkan lingkungan sosial mikro adalah interaksi sosial langsung diantara kelompok-kelompok masyarakat yang lebih kecil secara keluarga dan kelompok-kelompok referensi (J. Paul Peter dan Olson, 2000).

Interaksi sosial langsung ini dapat memiliki pengaruh yang kuat pada pengetahuan dan perasaan konsumen tentang produk, merek dan pada perilaku pengonsumsiannya.

2. Lingkungan fisik toko

a. Lingkungan fisik toko adalah semua aspek fisik non fisik manusia dalam lingkungannya dimana perilaku konsumen terjadi. Lingkungan fisik toko ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Lingkungan fisik ini terbagai dalam beberapa elemen sebagai berikut

b. Lokasi toko. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola belanja dan pembelian konsumen. Penelitian perilaku menyatakan bahwa 50 hingga 60 persen dari semua perjalanan belanja adalah multi tujuan (J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, 2000).

c. Layout toko. Tata letak toko dapat menimbulkan dampak yang besar pada konsumen. Tata letak yang baik akan membantu agar bisa menampilkan produknya dengan baik, memudahkan konsumen berbelanja dan meningkatkan efisiensi kerja petugas. Tata letak produk akan mempengaruhi perilaku belanja konsumen.

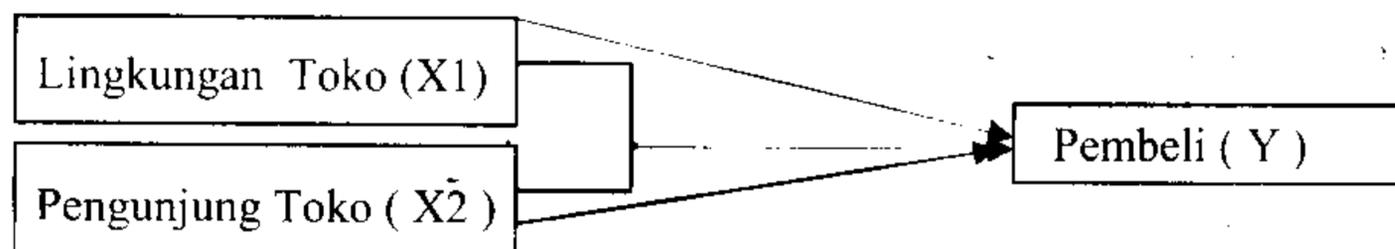
d. Musik. Musik adalah bagian penting untuk melengkapi kenyamanan suatu toko. Sejumlah penelitian mendukung ide bahwa musik yang dilantunkan sebagai latar belakang sementara kegiatan lain sedang dilakukan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku. Milliman (1992) menguji dampak salah satu aspek musik tempo pada perilaku pengunjung supermarket. Ada tiga perlakuan yang digunakan : tidak ada musik, musik lambat dan musik cepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan musik dengan tempo lambat membawa pada volume penjualan yang lebih besar, karena konsumen meluangkan waktunya lebih lama dan membelanjakan lebih banyak lagi uang mereka pada kondisi tersebut. Hal tersebut juga dikatakan Engle Blackwell dan Miniard (1995) bahwa musik dengan tempo lambat yang diperdengarkan di supermarket menyebabkan waktu belanja lebih

- lama dan jumlah uang yang dibelanjakan lebih banyak dibandingkan jika diperdengarkan musik dengan tempo cepat.
- e. Warna. Warna adalah unsur penting dalam interior sebuah toko. Warna yang cerah seperti kuning dan merah akan lebih menarik pengunjung untuk datang ke toko dibandingkan warna yang lembut.
 - f. Display dan ruang rak. Produk yang dipajang di rak dapat berfungsi sebagai rangsangan yang menarik konsumen untuk melihat dan membeli produk tersebut. Hasil penelitian menyatakan bahwa rak yang besar dan display dalam toko dapat meningkatkan penjualan. Wilkinson, mason dan Paksog (1982) menguji dampak dari kedua variabel diatas terhadap empat produk panganan dalam sebuah eksperimen dalam toko. Perbandingan dibuat antara display normal (ruang rak seperti biasa), display diperluas (dua kali lipat ruang rak yang biasa), dan display khusus (ruang rak biasa ditambah rancangan display produk khusus diujung rak atau diantara rak). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang ditempatkan dengan display khusus meningkat lebih dari enam kali lipat.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Model dalam penelitian ini adalah sebagai berikut disajikan dalam gambar 1:

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



- Berdasarkan kerangka pemikiran, maka hipotesis alternatif sebagai berikut
- H1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan toko dan jumlah pengunjung secara bersama-sama terhadap jumlah pembeli.
 - H2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan toko terhadap jumlah pembeli.
 - H3 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara jumlah pengunjung toko terhadap jumlah pembeli.

Metode Penelitian

Populasi dan pengambilan sampel.

Penelitian ini dilakukan dengan obyek penelitian adalah toko – toko dan swalayan yang ada di Jepara. Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah seluruh toko atau swalayan yang melakukan usaha dan berada di wilayah Kabupaten Jepara. Mengingat jumlah toko di Jepara cukup banyak, maka peneliti hanya mengambil 34 toko sebagai sampel. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *simple random sampling*.

Metode Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan pengamatan. Kuesioner diberikan kepada responden untuk mengukur variabel lingkungan toko. Sedangkan untuk mendapatkan data tentang jumlah pengunjung dan jumlah pembeli toko dengan melakukan pengamatan langsung.

Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini variabel-variabel yang diteliti pada intinya ada tiga variabel yaitu :lingkungan toko, jumlah pengunjung toko dan jumlah pembeli. Operasionalisasi lingkungan toko dilakukan dengan menggunakan skala Likert 5 point yang terdiri dari 4 item pertanyaan dengan skala 1 sampai 5. dari sangat tidak baik samapai dengan sangat baik.

Instrumen untuk mengukur jumlah pengunjung toko menggunakan alat penghitung yang mampu mencatat jumlah pengunjung toko setiap hari selama 7 hari atau menggunakan lembar isian yang dapat digunakan peneliti untuk mencatat dan menghitung jumlah pengunjung toko.

Untuk mengukur jumlah pembeli di toko selama setiap hari dapat dikeahui di bagian kasir. Berdasarkan bukti-bukti pembayaran dapat dicatat berapa jumlah pembeli setiap hari dalam satu minggu.

Uji validitas dan reliabilitas

Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji validitas internal dengan metode korelasi Product Moment Person. Untuk keperluan pengujian validitas tersebut diambil sampel pre test sebanyak 34 responden dari 34 toko yang diteliti. Berdasarkan pengujian validitas tersebut diperoleh hasil bahwa keempat item pertanyaan lingkungan toko semuanya valid dengan tingkat signifikansi $p < 0,01$ (dua ekor)

Uji reliabilitas konsistensi internal digunakan koefisien Cromback Alpha (a) suatu instrumen dapat disebut reliabel apabila a lebih besar dari 0,6 (nunnally dalam Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 1996). Hasil pengujian menunjukkan koefisien Alpha 0,8154. Dengan demikian variabel tersebut reliabel.

Metode Analisis data.

1. Uji validitas dan reliabilitas.

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan Cromback Alpha.

2. Uji Hipotesis.

Berkaitan dengan penelitian menggunakan lebih dari dua variabel yaitu dua variabel independen dan satu variabel dependen maka untuk menguji hipotesis digunakan uji statistik Regresi Linier Berganda. Adapun formulasi regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana

Y = Jumlah pembeli

X₁ = Lingkungan toko

α = Konstanta

β_2 = Koefisien variabel x₂

β_1 = Koefisien variabel x₁

X₂ = Jumlah pengunjung toko.

Hasil Penelitian dan Pembahasan.

Statistik Diskriptif

Di bawah ini disajikan statistik diskriptif untuk memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti serta untuk mengetahui distribusi data yang diamati dalam tabel 1.

Tabel 1
Statistik Diskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasion
Jumlah pembeli	34	7	20	13.94	2.741
Lingkungan toko	34	56	1613	314.32	310.499
Jumlah pengunjung	34	45	498	120.00	97.069

Sumber : data sekunder diolah

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel yang diteliti memiliki tingkat deviasi standar yang relatif kecil. Besar kecilnya deviasi estándar ini terlihat dari nilai estándar deviasi variabel tersebut kurang atau lebih 20% dari nilai tengah (mean) (Singgih santoso, 2000), sehingga dapat dikategorikan.

Uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas ditujukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel (diukur) melakukan fungsi ukurnya. Sesuai dengan hasil perhitungan yang dibantu oleh alat atau program SPSS menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Korelasi Product Moment Person, r hitung $>$ r tabel.

Uji reliabilitas ditujukan untuk mengetahui tingkat konsistensi atau keajekan instrumen(kuesioner). Sesuai dengan hasil perhitungan yang menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah reliabel. Hal ini dapat dilihat dengan nilai Crombach Alpha sebesar 0,8451 yang berada jauh diatas 0,06 (Nunnaly)

Pengujian Hipotesis.

H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lingkungan toko dan jumlah pengunjung toko secara bersama-sama terhadap jumlah pembeli.

Sebelum diuji secara parsial terlebih dahulu dilakukan pengujian secara bersama-sama pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS diperoleh parameter-parameter regresi seperti tampak dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2
Hasil Analisa Regresi Linier Berganda Uji Bersama-sama

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error Of the Estimate	F	Sig	Durbin Watson
1	.593 ^a	.352	.310	80.620	8.420	.001	1.009

Sumber : hasil olahan statistic

Tahapan pengujian penelitian untuk membuktikan, Lingkungan toko dan jumlah pengunjung secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pembeli.

Pengujian statistik ditunjukkan dengan besarnya nilai F hitung dimana dalam tabel 2 menunjukkan nilai 8.420 dengan nilai p value sebesar 0.001. Jika digunakan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, maka hasilnya menolah hipotesis nol (H_0), karena nilai $p < 0.005$ dan menerima H_a (hipotesis alternatif)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% lingkungan toko dan jumlah pengunjung toko secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pembeli.

Tabel 3
Output Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandar	dized			
	Coeffisi	ents			
	B	Std Error	Beta	t	Sig
1. (Constant)	204.002	75.559		2.700	.011
Lingkungan toko	-10.723	5.751	-.303	-1.863	.072
Pengunjung toko	.208	.051	.666	4.104	.000

H2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan toko terhadap jumlah pembeli.

Hasil pengujian empirik menunjukkan bahwa dengan menggunakan perhitungan regresi linier berganda yang dibantu dengan program SPSS menghasilkan t hitung sebesar -1.863 dan nilai p atau signifikansi 0.072, dengan menggunakan alpha sebesar 0.05 berarti tidak ada pengaruh antara lingkungan toko terhadap jumlah pembeli, karena nilai p value 0.072 berada diatas nilai alpha 0.05 (lihat tabel 3)

Hasil ini mengindikasikan penolakan pada hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan toko terhadap jumlah pembeli.

H3 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara jumlah pengunjung toko terhadap jumlah pembeli.

Hasil uji regresi parsial yang menggunakan program SPSS menunjukkan nilai t hitung sebesar 4.104 pada tingkat p value atau signifikansi 0.000 yang dibawah jauh alpha 0.05, sedang slope atau beta menunjukkan arah positif dengan nilai 0.666, hal ini berarti bahwa jumlah pengunjung secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap jumlah pembeli.

Slope bertanda positif memiliki makna arah hubungan antara variabel independen jumlah pengunjung terhadap variabel dependen. Artinya semakin banyak jumlah pengunjung toko yang datang maka semakin banyak pula jumlah

pembeli. Begitu pula sebaliknya jika jumlah pengunjung toko sedikit maka jumlah pembeli juga sedikit.

Berdasarkan hasil tersebut diatas berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara jumlah pengunjung toko terhadap jumlah pembeli tidak sanggup ditolak atau hipotesis tersebut diterima.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil perhitungan regresi menunjukkan nilai koefisien determinan sebesar 0.35, yang artinya bahwa variabel independen (lingkungan toko dan jumlah pengunjung) mampu menjelaskan variabel dependen jumlah pembeli.
2. Hasil perhitungan regresi berganda menunjukkan nilai F hitung sebesar 8.420 dengan dengan tingkat signifikansi atau p value sebesar 0,011. Dengan menggunakan alpha 5% (0,05) berarti terdapat pengaruh secara simultan (lingkungan toko dan jumlah pengunjung toko) terhadap variabel dependen jumlah pembeli tidak dapat ditolak/diterima. Karena nilai p value 0,011 berada dibawah alpha 0,05 ($p\ value < 0,05$).
3. Hasil pengujian dengan menggunakan regresi berganda menghasilkan nilai t hitung sebesar -1,865 dan nilai $p\ value$ /signifikansi 0,072 dengan menggunakan α sebesar 0,05 berarti tidak ada pengaruh antara lingkungan toko terhadap jumlah pembeli, karena nilai p value berada diatas nilai alpha 0,05.
4. Hasil perhitungan regresi linier berganda menunjukkan bahwa jumlah pengunjung toko secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap jumlah pembeli. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung 4,104 dengan nilai signifikan atau $p\ value$ 0,000 dimana dengan menggunakan alpha 0,05, maka nilai $p\ value$ 0.000 dibawah nilai alpha 0,05. Sementara hubungan positif yang ditunjukkan dengan nilai beta atau slope positif memberi makna bahwa semakin banyak jumlah pengunjung toko semakin besar pula jumlah yang membeli di toko tersebut.

5. Hasil perhitungan regresi linier berganda menunjukkan bukti empirik bahwa lingkungan toko mempengaruhi jumlah pengunjung toko yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,892 dengan nilai p value atau signifikansi 0,007, dengan menggunakan tingkat alpha 0,05, maka p value berada dibawah alpha 0,05. Sedang arah hubungan ditunjukkan dengan tanda positif pada beta yang memiliki nilai 0,445, yang berarti terdapat hubungan positif antara lingkungan toko terhadap jumlah pengunjung.

Daftar Pustaka

- Alexander, Nicholas dan Lookwood, Andrew (1996) *"Internationalisation A. Comparison of the Hotel and Ritel Sector"* The Service Industries Journal, 16:4.
- Engle Blackwell and Miniard (1995), *"Consumer Behavior 8 th ed. Fouth, Worth"* The Dryden Press.
- Ghos, Avijid (1983), *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*, Cambridge, Masseurhusses.
- J. B. Wilkinson, J. Barry Mason and Christie H. Paksoy (1982), *"Accesing the impect of short Term Supermarket strategy Variable"*, Journal of Marketing Research, Pebruari, hal 72-86.
- J. Paul Peter, jerry c. Olson (2000), *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, Erlangga.
- Milliman (1982), *" Using Bavkground Music to Affect the Behavior of Supermarket shoppers, "*Journal of Marketing, Summer, hal 86-91.
- Nunnaly, *Infferential Statistics*, Mc Graw Hill Inc.
- Solomon Michael (1996), *Consumer Behavior*, 3 rd edition, Prentice Hall
- Singgih santoso,(2001) *"SPSS Statistik Parametrik,"* PT. Gramedia, Jakarta.
- Ujang Sumarwan (2004), *Perilaku Konsumen*, Ghalilia, Indonesia, Bogor.