

**PENGARUH TAMPILAN TOKO (*STORE ATMOSPHERE*)
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UKM KULINER
DI KELURAHAN DEPOK JAYA, KECAMATAN PANCORAN MAS,
KOTA DEPOK.**

(Studi Kasus Kue Pancong Mang Kumis dan Mang Dadang)

Penulis : Faisal Hasbullah Batubara dan Chairul Hadi

Politeknik APP Jakarta, Jl. Timbul no. 34, Cipedak, Jagakarsa, Jakarta Selatan

Abstrak

Bisnis kuliner di bandingkan dengan bisnis lainnya di kota Depok di masa pandemi perkembangannya menempati peringkat pertama, hal ini yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ Pengaruh Tampilan Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UKM Kuliner Di Kelurahan Depok Jaya, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok “ (Studi Kasus Kue Pancong Mang Kumis dan Mang Dadang). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tampilan toko terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menguji variabel yaitu variabel independen (tampilan toko) dapat mempengaruhi variabel dependen (kepuasan konsumen). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 41 responden dan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. Data diperoleh dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, pengujian hipotesis melalui uji r dan uji t serta uji Koefisien Determinasi (R.Square). Hasil Uji koefisien Korelasi (Uji r) menghasilkan 90.7 % , hal ini menunjukkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen sangat kuat dan berkorelasi secara positif. Hasil Uji Parsial (uji t) adalah nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 5% yaitu 2.022691. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 13.434 > t_{tabel} = 2.023$ maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan toko signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil uji Koefisien Determinasi (R Square) pada penelitian ini yaitu pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0.822, artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tampilan toko sebesar 82.2 % dan sisanya 17,8 % dipengaruhi oleh faktor lain (variabel lain) di luar penelitian.

Kata Kunci : *pengaruh, tampilan toko, kepuasan konsumen*

Abstract

The culinary business is compared to other businesses in the city of Depok during the pandemic, its development is ranked first, this is what makes the author interested in conducting research on "The Effect of Store Atmosphere on Consumer Satisfaction in Culinary SMEs in Depok Jaya Village, Pancoran Mas District. , Depok City” (Case Study of Mang Kumis and Mang Dadang Pancong Cakes). This study aims to determine how much influence the store display has on consumer satisfaction. This study examines the variables, namely the independent variable (store appearance) can affect the dependent variable (consumer satisfaction). The sample in this study was 41 respondents and the data in this study used a survey method through questionnaires filled out by consumers. Data obtained by using simple linear regression analysis, hypothesis testing through r test and t test and the Coefficient of Determination (R.Square) test. The results of the correlation coefficient test (r test) yielded

90.7%, this shows that the relationship between the dependent variable and the independent variable is very strong and positively correlated. The result of the partial test (t test) is the ttable value at a significant level of 5%, which is 2.022691. Due to the value of $t_{count} = 13,434 > t_{table} = 2,023$, then H_0 is rejected. This shows that the store display significantly affects consumer satisfaction. The results of the Coefficient of Determination (R Square) test in this study are the influence of the independent variable on the dependent variable of 0.822, meaning that consumer satisfaction is influenced by store appearance by 82.2% and the remaining 17.8% is influenced by other factors (other variables) outside the study.

Keywords: influence, store appearance, customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

Ketangguhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia kembali diuji dalam menghadapi dampak ekonomi akibat penyebaran Covid-19. Selain membutuhkan dukungan pemerintah, pelaku UMKM perlu melakukan terobosan dan strategi agar tetap mampu bertahan di tengah lesunya ekonomi. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Purwanto, 2020). Tahun 2019, UMKM memiliki kontributor penting terhadap produk domestik bruto (PDB). Di mana UMKM menyumbang 60,3 % PDB dan berkontribusi 14 % pada total ekspor nasional. Namun kini sektor UMKM menjadi salah satu sektor yang terpuruk, akibat pandemi Covid-19. Wabah ini hampir melumpuhkan roda perekonomian dalam negeri, seiring tingginya ancaman terhadap masyarakat dari kehilangan pendapatan rumah tangga, karena tidak dapat bekerja akibat maraknya

pemutusan hubungan kerja pun kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Pemerintahpun tidak tinggal diam, kebijakan relaksasi kredit yang diberikan pemerintah di tengah pandemi Covid-19, diharapkan bisa membantu keberlanjutan usaha pelaku UMKM sehingga mampu bertahan menghadapi kondisi yang menantang seperti saat ini.

Bisnis kuliner di bandingkan dengan bisnis lainnya di kota Depok di masa pandemi perkembangannya menempati peringkat pertama. Hal dapat dilihat pada UMKM yang berada di Mall dan di jalan raya utama kota Depok, bisnis non kuliner banyak yang gulung tikar, sedangkan bisnis kuliner tetap bertahan.

Melihat fenomena yang terjadi, banyak sektor UMKM kuliner yang harus mampu mempertahankan dan menciptakan penampilan dari merek barang yang akan diperjualbelikan, mulai dari menjajakan di akun media sosial, mengantarkan makanan harus butuh inovasi yang baik.

Sehingga perlu diperhatikan cara menampilkan gambar, logo, nama, kata, huruf, angka dan simbol-simbol khusus yang membuat produk tersebut menarik.

Dari fenomena yang ada saat ini banyak sekali perubahan-perubahan yang dilakukan para pelaku UMKM dalam menampilkan tampilan toko / warung untuk menarik pembeli / konsumen. Usaha kuliner merupakan salah satu usaha yang tidak luput dalam pengembangan usahanya, sehingga tidak heran bila kemajuannya menempati urutan pertama di kota Depok.

Banyaknya fenomena yang terjadi di Kota Depok berkaitan dengan usaha kuliner, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ Pengaruh Tampilan Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Kuliner Di Kelurahan Depok Jaya, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok “ (Studi Kasus Kue Pancong Mang Kumis dan Mang Dadang).

2. METODE PENELITIAN

a. Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab kepada pihak yang terkait dalam penelitian secara sistematis berdasarkan tujuan penulisan.

b. Pengisian Kuesioner

Responden dalam penelitian ini sebanyak 41 orang yang tinggal di wilayah Depok dan sekitarnya. Kuesioner berisikan pertanyaan / pernyataan mengenai tampilan toko dan kepuasan konsumen dengan masing-masing pertanyaan sebanyak 15 pertanyaan. Setiap pertanyaan memiliki bobot : Sangat Baik = 5, Baik = 4, Cukup = 3, Tidak Baik = 2, Sangat Tidak Baik = 1.

c. Observasi

Melakukan observasi untuk proses pencocokan antara literatur dengan hasil kuesioner yang didapat dari responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 41 orang konsumen. Untuk melihat responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia, dan domisili, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

1) Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	23	56 %
2	Wanita	18	44 %
Jumlah		41	100 %

Dari tabel tersebut diatas diketahui bahwa pengunjung yang datang ke warung di dominasi kaum laki-laki sebanyak 23 orang (56%) dan sisanya kaum wanita sebanyak 18 orang (44%).

2) Usia Responden

No	Klasifikasi Usia	Jml	%
1	Remaja (12 – 25)	12	29 %
2	Dewasa (26 – 45)	20	49 %
3	Lansia (45 – 65)	9	22 %
Jumlah		41	100 %

Dari tabel tersebut diatas diketahui bahwa pengunjung yang datang ke warung tersebut terbagi dalam 3 kelompok usia, dan yang paling banyak pengunjungnya kalangan dewasa sebanyak 20 orang (49%), kemudian remaja sebanyak 12 (29%) dan lansia sebanyak 9 orang (22%).

3) Domisili Responden

No	Domisili	Jml	%
1	Depok	35	85 %
2	Luar Depok	6	15 %
Jumlah		41	100 %

Dari tabel tersebut diatas diketahui bahwa pengunjung yang datang ke warung dari wilayah Depok sebanyak 35 orang (85%) dan sisanya dari luar Depok sebanyak 6 orang (15%).

b. Kelas Interval

Pada penelitian ini terdapat 5 kelas interval untuk pengkategorian skor seperti pada tabel berikut:

No	Interval	Keterangan
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81 – 2,60	Tidak Baik
3	2,61 – 3,40	Cukup
4	3,41 – 4,20	Baik
5	4,21 – 5,00	Sangat Baik

c. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1) Uji Validitas

Dengan jumlah responden (n) sebesar 41 maka nilai r tabel adalah 0.3008. Sehingga *item* dinyatakan valid jika nilai r hitung > 0.3008. seperti pada tabel dibawah ini :

Uji Validitas Tampilan Toko (X)

Item	r _{hitung}	Ket
Tampilan Toko 1	0.88	Valid
Tampilan Toko 2	0.81	Valid
Tampilan Toko 3	0.892	Valid
Tampilan Toko 4	0.89	Valid
Tampilan Toko 5	0.531	Valid
Tampilan Toko 6	0.862	Valid
Tampilan Toko 7	0.608	Valid
Tampilan Toko 8	0.746	Valid
Tampilan Toko 9	0.737	Valid

Tampilan Toko 10	0.821	Valid
Tampilan Toko 11	0.904	Valid
Tampilan Toko 12	0.66	Valid
Tampilan Toko 13	0.785	Valid
Tampilan Toko 14	0.749	Valid
Tampilan Toko 15	0.858	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas tampilan toko (x) seluruh pernyataan dinyatakan valid dan reliabel

Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Item	rhitung	Ket
Kepuasan Konsumen 1	0.835	Valid
Kepuasan Konsumen 2	0.906	Valid
Kepuasan Konsumen 3	0.888	Valid
Kepuasan Konsumen 4	0.827	Valid
Kepuasan Konsumen 5	0.663	Valid
Kepuasan Konsumen 6	0.801	Valid
Kepuasan Konsumen 7	0.883	Valid
Kepuasan Konsumen 8	0.862	Valid
Kepuasan Konsumen 9	0.875	Valid
Kepuasan Konsumen 10	0.791	Valid
Kepuasan Konsumen 11	0.889	Valid
Kepuasan Konsumen 12	0.862	Valid
Kepuasan Konsumen 13	0.891	Valid
Kepuasan Konsumen 14	0.823	Valid
Kepuasan Konsumen 15	0.847	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas kepuasan konsumen (y) seluruh pernyataan dinyatakan valid dan reliabel.

2) Uji Reabilitas

Hasil uji reabilitas terdiri dari Uji Reabilitas Tampilan Toko dan Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen sebagai berikut :

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	15

Hasilnya : Cronbach's Alpha sebesar 0.954 > 0.6, sehingga variable tampilan toko reliabel.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.970	15

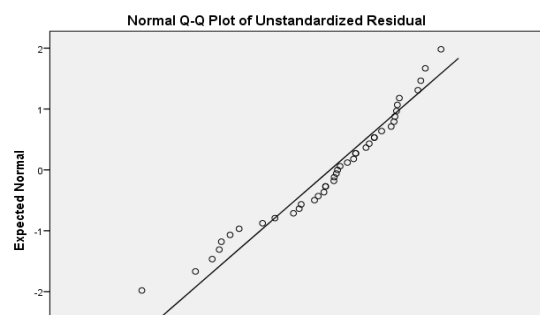
Hasilnya : Cronbach's Alpha sebesar 0.97 > 0.6, sehingga variable kepuasan pelanggan reliabel.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas pada penelitian ini adalah :

5



Tests of Normality				
	Kolmogorov-Smirnov ^a			
	Statistic	df	Sig.	
Unstandardized Residual	.123	41	.121	

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan grafik, terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan nilai p – $value$ berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov sebesar $0.121 > \alpha = 0.05$ Sehingga berdasarkan kedua pengamatan, dapat dikatakan bahwa residual data berdistribusi normal.

2) Uji Linearitas

Hasil Uji Linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

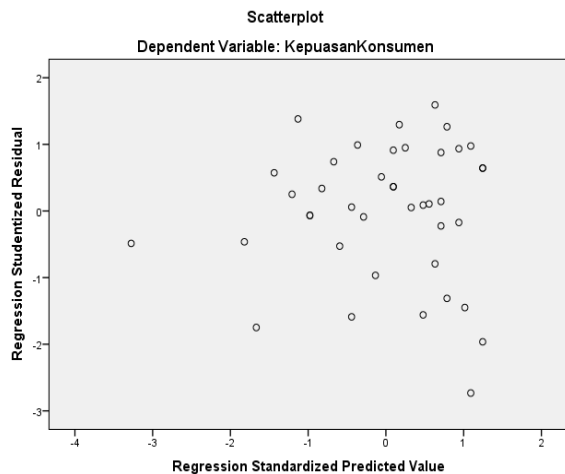
ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Ke pua san Kon sum en * Tamp ilan Toko	Bet we en Gr ou ps	(Comb ined)	6117. 557	27	226.576	4.62 5	.003
		Lineari ty	5554. 101	1	5554.10 1	113. 379	.000
		Deviat ion from Lineari ty	563.4 55	26	21.671	.442	.963
	Within Groups	636.8 33	13	48.987			
	Total	6754. 390	40				

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dengan membandingkan nilai F, diperoleh $F_{hitung} = 113.379 > F_{tabel} = 4.091$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dependen memiliki hubungan yang linear dengan variabel independen.

3) Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut



Pola yang ditunjukkan oleh *scatter plot* adalah menyebar atau tidak membentuk pola teratur (tertentu), sehingga diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi pada penelitian ini adalah :

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.907 ^a	.822	.818	5.548	1.782
a. Predictors: (Constant), TampilanToko					
b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen					

Nilai Durbin Watson sebesar 1.782 berada di antara nilai -2 sampai +2. Hal ini mengindikasikan bahwa data tidak berautokorelasi.

e. Analisis dan Pembahasan

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil dari analisis Regresi Linier Sederhana pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.822	4.043		.945	.350
	TampilanToko	.903	.067	.907	13.434	.000

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Diperoleh model persamaan regresi linier:

$$\hat{y} = 3.822 + 0.903x$$

2) Uji Koefisien Korelasi

Hasil uji koefisien korelasi atau Uji r pada penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut :

Correlations		
	TampilanToko	KepuasanKonsumen

Tampilan Toko	Pearson Correlation	1	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	41	41
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	41	41
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Nilai *p-value* berdasarkan uji di atas adalah 0.000. Karena *p-value* < 0.05, maka hasil berguna secara statistik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dependen dan independen secara signifikan berkorelasi (memiliki hubungan). Koefisien korelasi 0.907 atau 90.7 % menunjukkan hubungan sangat kuat dan berkorelasi secara positif.

3) Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	.822	.818	5.548
a. Predictors: (Constant), TampilanToko				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Nilai koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0.822, sehingga sebanyak 82.2%

keragaman kepuasan konsumen mampu dijelaskan oleh tampilan toko dan sisanya 17,8 % dijelaskan oleh faktor lain (variabel lain) di luar penelitian.

4) Uji Parsial / Uji T

Hasil dari Uji Parsial / Uji T pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.822	4.043		.945	.350
	TampilanToko	.903	.067	.907	13.434	.000

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 5% adalah 2.022691. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 13.434 > t_{tabel} = 2.023$ maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa model signifikan atau tampilan toko signifikan memengaruhi kepuasan konsumen

4. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Hasil Uji koefisien Korelasi (Uji r) menghasilkan 90.7 %, hal ini menunjukkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen sangat kuat dan berkorelasi secara positif.
- b. Hasil Uji Parsial (uji t) adalah nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 5% yaitu 2.022691. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 13.434 > t_{tabel} = 2.023$ maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan toko signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen.
- c. Hasil uji Koefisien Determinasi (R Square) pada penelitian ini yaitu pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0.822, artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tampilan toko sebesar 82.2 % dan sisanya 17,8 % dipengaruhi oleh faktor lain (variabel lain) di luar penelitian.
- NS. Kasiati, Ni Wayan Rosmalawati, *Kebutuhan Dasar Manusia I*, Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016, hal .4
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 6 Tahun 2011 tentang Perdagangan Bebas.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2010.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah..
- Yulia Nurliani Lukito, *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional*, Deepublish, Yogyakarta, 2018

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Handoko Alfa, *40 Tool Dahsyat Untuk Mengelola Bisnis UKM*, Gramedia, Jakarta, 2013.

Keputusan Presiden RI nomor 99 Tahun 1998, Tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk usaha Kecil Dan Bidang / Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Usaha Besar Dengan Syarat Kemitraan.

Ryan Kristo Muljono, *Digital Marketing Concept*, Gramedia Pustaka Utama, 2018

Jurnal :

Fenny: Anindi, W. *PPengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo*, Doctoral

dissertation, Universitas Muhamma-
diyah Ponorogo, 2018

Fenny: Jamaludin, A., *Pengaruh Promosi
Online Dan Persepsi Harga Terhadap
Keputusan Pembelian (Survei pada
Pelanggan Aryka Shop di Kota
Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis,
Malang, 2015

Fenny: Kian1, T. P., Boon, G. H., Fong, S. W.
L., & Ai, Y. J. *Factors that influence the
consumer purchase intention in social
media websites. Int. J Sup. Chain,
Management Vol, 6(4), 2017.*