

# PENGARUH LAYOUT TOKO TERHADAP MINAT PEMBELIAN IMPULSIF: STUDY KASUS PADA HOSANA MART MAULafa KOTA KUPANG

**Maria Imaculata Bunga**  
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Kupang  
E-mail: [bungamaria411@gmail.com](mailto:bungamaria411@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh layout toko yang terdiri dari penataan penempatan barang, pencahayaan, suhu udara, karyawan, tingkat harga, dan kebersihan terhadap pembelian impulsif pada bisnis ritel Hosana Mart Maulafa Kota Kupang. Data yang digunakan pada penelitian kali ini adalah data primer yang didapat dari hasil pengolahan kuesioner. Sampel pada penelitian ini berjumlah 30 responden menggunakan incidental sampling. Variabel dependent pada penelitian kali ini pembelian impulsif dan variabel independent adalah layout toko yang terdiri dari penataan penempatan barang, pencahayaan, suhu udara, karyawan, tingkat harga dan kebersihan. Data dianalisis dengan menggunakan program SPSS for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan layout toko berpengaruh positif dan penelitian terhadap pembelian impulsif pada bisnis ritel. Sedangkan secara parsial, hanya barang dagangan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada bisnis ritel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layout toko mempunyai hubungan dengan pembelian impulsif yaitu 0,849 dan hubungan termasuk dalam kategori tinggi. Selanjutnya juga disimpulkan bahwa layout toko mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap pembelian impulsif yaitu sebesar 0,720 atau 72% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci :** Layout Toko, Pembelian Impulsif dan SPSS

## Abstract

*This research was purposed to examine how big was the influence of shop layout that consisted of goods placement arrangement, lighting, temperature, staff, the rate of price and cleanliness to the impulsive purchasing in Hosana Mart retail business in Maulafa, Kupang city. Primary data was used in this research that was obtained from the result of questionnaire process. The sample in this research were 30 respondents by using incidental sampling. The dependent variable was impulsive purchasing and the independent variable was shop layout that consisted of goods placement arrangement, lighting, temperature, staff, the rate of price and cleanliness. The data was analyzed by using SPSS program for Windows. The research result showed that simultaneously shop layout had positive influence to the impulsive purchasing in retail business. Whereas partially, only the merchandise that had positive and significant influence to the impulsive purchasing in retail business. The research result showed that shop layout had relation with the impulsive purchasing that was 0,849 and this relation was in high category. Then, it can be concluded that shop layout had positive and significant influence to the impulsive purchasing that was 0,720 or 72% was influenced by the other factor.*

**Key words :** Shop Layout, Impulsive Purchasing, SPSS.

## 1. PENDAHULUAN

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : Apakah layout toko berpengaruh terhadap minat pembelian impulsif pada Hosana Mart Maulafa Kota Kupang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah layout toko berpengaruh terhadap minat Pembelian Impulsif pada Hosana Mart Kupang.

Solusi Yang ditawarkan Untuk Memecahkan Masalah, sebagai hipotesis dasar adalah penataan penempatan tata ruang yang teratur sesuai penempatan barang, keluasan tempat berbelanja, pencahayaan yang terang dan pentaan interior sangat mempengaruhi konsumen secara visual dan mental sekaligus.

Adapun kajian teoretis singkat terkait penelitian ini dipaparkan sebagai berikut. Berkembangnya dunia bisnis ritel, baik ritel besar maupun ritel kecil dalam berbagai jenis pusat perbelanjaan seperti pertokoan, supermarket, hypermarket, minimarket, department store dan plaza yang bermunculan di berbagai kota besar dan kota kecil. Menarik minat belanja konsumen tidak hanya dilakukan dengan memberikan diskon, *door prize* atau kegiatan promosi lainnya. Salah satu cara dalam menarik konsumen dapat dengan memperhatikan layout yang nyaman bagi konsumen saat berada didalam toko dan diharapkan konsumen akan melakukan pembelian kembali.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Kengiler (1996) seperti dikutip oleh Riduwan (2006:201), "Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, metode yang mengambil contoh data dari satu populasi dan

menggunakan koesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok , Jenis dan Sumber Data. Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, maka penelitian ini menggunakan pola eksplanasi (level of explanation) adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antar satu variabel dengan variabel yang lain, (Sugiyono,2010:17). Dengan demikian penelitian ini memberikan penjelasan pengaruh layout toko terhadap minat belanja konsumen.

Tahapan pelaksanaan yaitu dengan data kuantitatif yakni data yang di peroleh dalam bentuk angka-angka-angka yang dapat di hitung, data ini diperoleh dari koesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang di teteliti. Proses pelaksanaan atau pembagian Kuisisioner serta perhitungannya selama 2 bulan.

Teknik Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data dari seluruh responden, menyajikan data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. Teknik analisis yang digunakan yakni teknik analisis pendahuluan dan analisis lanjutan yang terdiri dari uji

## 3. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan analisis deskriptif kualitatif maka diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang responden yang terdiri dari 8 orang berjenis kelamin laki-laki dan 22 orang berjenis kelamin perempuan dengan karakteristik usia responden yang berusia 20- 30 tahun sebanyak 16 orang, usia 31- 40 tahu sebanyak 9 orang, usia 41

- 50 tahun sebanyak 2 orang dan usia diatas 50 tahun sebanyak 3 orang. Berdasarkan tabel, responden diukur berdasarkan tingkat pendidikan dengan didominasi lulusan S1 sebanyak 15 orang, diikuti lulusan SMA sebanyak 11 orang dan diikuti lulusan diploma (DIII). Karakteristik responden berdasarkan status responden yang menikah sebanyak 20 orang sedangkan responden yang belum menikah sebanyak 10 orang.

Berdasarkan data yang diuji melalui deskriptif kuantitatif terhadap tanggapan responden terhadap kuesioner, hasil rekapitulasi perhitungan jawaban responden perhitungan jawaban responden tentang variabel bebas (X) tau layout toko dan variabel terikat (Y) atau pembelian impulsif yang diolah melalui data kuesioner dapat diketahui bahwa data kuesioner tersebut mendapatkan nilai rata-rata untuk variabel bebas atau layout toko (X) adalah sebesar 4,69, kemudian untuk variabel terikat atau pembelian impulsif (Y) adalah sebesar 4,25.

Hal ini dibuktikan melalui hasil rekapitulasi pengolahan data dengan diperoleh nilai tertinggi untuk variabel bebas atau layout toko (X) sebesar 4,8 dan nilai terendah sebesar 4,6. Sedangkan untuk variabel terikat atau pembelian impulsif (Y) diperoleh nilai tertinggi sebesar 4,2.

Melalui hasil analisis korelasi *product moment* dapat diketahui bahwa ada hubungan yang positif antara layout toko terhadap pembelian impulsif yaitu 0,849 dan hubungannya masuk dalam kategori tinggi atau sangat kuat. Kemudian berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara layout toko terhadap pembelian impulsif yaitu sebesar 0,720 atau 72% dan sisanya 28% dipengaruhi oleh faktor lain. Tetapi analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan hasil dari jawaban kuesioner sebanyak 30 orang responden yang tidak dapat dijadikan pegangan

untuk membuat kesimpulan secara umum, sehingga perlu dilanjutkan dengan uji regresi. Analisis regresi sederhana dimaksudkan untuk memprediksi variable dependen (pembelian impulsif) jika variable independen (layout toko) dimanipulasi.

Dari hasil analisis data tersebut maka diketahui bahwa persamaan regresi yang terbentuk yaitu  $Y = -7360 + 1.304X$ , artinya jika variable Layout Toko (X) bernilai 0, maka hasil *Output* Pembelian Impulsif (Y) nilainya sebesar -7.360 ; dan jika Layout Toko (X) mengalami kenaikan 1 poin maka variable Pembelian Impulsif (Y) mengalami kenaikan sebesar 1.304.

Hasil analisis regresi sederhana diatas menunjukkan bahwa variable bebas yakni Layout Toko berpengaruh positif terhadap variable terikat yakni Pembelian Impulsif, dimana setiap kenaikan variable Layout Toko akan diikuti pula oleh kenaikan variable Pembelian Impulsif. Semakin baik dalam hal penataan ruang akan mempengaruhi seseorang melakukan pembelian impulsif. Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan dari variable yang diuji maka dilakukan uji hipotesis melalui uji t.

Hubungan signifikan yaitu apakah hubungan yang ditemukan dapat digeneralisasikan atau dapat berlaku pada populasi dimana sampel diambil atau tidak. Hasil analisis data uji t dalam penelitian ini yakni membandingkan t hitung dengan t tabel, dimana jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka  $H_0$  ditolak  $H_0$  diterima dan sebaliknya.

Dengan demikian disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima yakni terdapat hubungan yang positif atau signifikan antara Layout Toko dengan Pembelian.

#### 4. SIMPULAN

Dari hasil jawaban responden untuk variabel layout toko terhadap pembelian impulsif pada Hosana Mart Maulafa Kupang dikategorikan rendah karena hasil perhitungan nilai regresi didapatkan hasil

sebesar 0,399 melalui persamaan regresi  $Y = -7.360 + 1.304X$ .

1. Variabel layout toko memiliki pengaruh dengan keputusan pembelian sebesar 0,849 pengaruh ini tergolong tinggi dengan nilai koefisien determinasi (*r square*) sebesar 0,720 yang berarti bahwa kontribusi variabel layout toko terhadap pembelian impulsif sebesar 72% sedangkan sisanya 28%.
2. Tentang teori bahwa tata letak mempengaruhi pembelian impulsif.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Faktor layout toko layak dipertimbangkan, hal ini dikarenakan layout toko dapat mempengaruhi pembelian impulsif pada Hosana Mart Maulafa Kupang. Namun layout toko memberikan pengaruh sebesar 72% terhadap pembelian impulsif pada Hosana Mart Maulafa Kupang dan sisanya 28% dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Sebaliknya manajemen Hosana Mart Maulafa Kupang lebih memperhatikan tata letak atau penataan barang dalam toko.
3. Kepada peneliti selanjutnya, sebaiknya meneliti variabel lain dari layout toko.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari, 2002. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Bandung: AlfaBeta.
- Asri, Marwan. 1991, Marketing. Yogyakarta : UPP-AMP YKPN
- Alma, Buchori. 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta,. Bandung.
- Andreani, Fransiska. 2007. Experiential Marketing (Sebuah pendekatan Pemasaran). Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Berman dan Evans (2001 : 604). Pemasaran ritel, Jakarta
- Berman, Barry dan Juel R. Evans. (2009:545-550). Riteal Manajemen Strategic. New Jersey : Pearson Education.
- Bruche Archer (2005:6) Customer loyalty prestasi pustaka jaya, Jakarta
- Deswitha Arvinci Stiefi (2012) Fisip UI, Pengaruh Store, Jakarta
- Dunne dan Lusch, (2005:473) desain manajemen, Jakarta.
- Dodi Gunawan, (2016) Manajemen Pemasaran, Jember.
- Durianto, Darmadi dan C. Liliana. (2004:44) oleh GIS Hadiwitanto Pustaka. Jakarta: Pusat.