

**PENGARUH *GENERAL INTERIOR* DAN *STORE LAYOUT*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMARET
(Studi Kasus Pada Indomaret Pulau Sumatera Kota Poso)**



Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Univesitas Sintuwu Maroso

Oleh:

ISNANIA LABOLO

91911404122078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERITAS SINTUWU MAROSO
POSO
2023**

ISNANIA LABOLO. NPM : 91911404122078. **Pengaruh *General Interior* Dan *Store Layout* Terhadap Loyalitas Konsumen Indomaret (Studi Kasus Pada Indomaret Pulau Sumatera Kota Poso)**. Dibimbing oleh Bapak Holmes R. Kapuy, dan Ibu Ni Kadek Sriwati

ABSTRAK

Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel *General Interior* dan *Store Layout* terhadap loyalitas konsumen Indomaret (Studi Kasus Pada Indomaret Pulau Sumatera Kota Poso). Sampel terdiri dari 80 orang dan teknik pengambilan sampel menggunakan *Non probability sampling*. *Statistical Program For Social Science* (SPSS) versi 25 digunakan untuk menganalisis data penelitian menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan analisis data statistik. Indikator penelitian bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal. Hasil persamaan regresi yaitu $Y = 11.987 + 0,445X_1 + 0,205X_2 + e$. Hasil R_{square} yaitu 0,268 atau 26,8% . Uji hipotesis menunjukkan bahwa *General Interior* dan *Store Layout* dengan F_{hitung} sebesar 14,129 berpengaruh signifikan terhadap uji F, dimana nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai t_{hitung} ditunjukkan pada uji hipotesis berikut, yang menunjukkan bahwa variabel *general interior* memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai $0,001 < 0,05$ dan variabel *store layout* memiliki hasil yang signifikan dengan nilai $0,009 < 0,05$. Koefisien determinasi yang diperoleh R^2 adalah sebesar 0.268, hal ini berarti 26,8% loyalitas konsumen ditentukan oleh *general interior* dan *store layout*, sisanya 73,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *General Interior*, *Store Layout*, Loyalitas Konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Loyalitas Konsumen	7
2.1.2 <i>Store Atmosphere</i>	8
2.1.3 <i>General Interior</i>	9
2.1.4 Store Layout.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pikir	13
2.4 Hipotesis	14
BAB III	15
METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	15
3.2 Metode Penelitian	15
3.3. Data dan Sumber Data	15

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.5. Populasi dan Sampel	17
3.5.1 Populasi.....	17
3.5.2 Sampel.....	17
3.6 Teknik Analisis Data.....	18
3.6.1 Uji Validitas	18
3.6.2 Uji Reliabilitas	18
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	18
3.6.3.1 Uji Normalitas Data	18
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas.....	18
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	19
3.6.4 Analisa Regresi Berganda.....	19
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi	20
3.6.6 Uji F.....	20
3.6.7 Uji t	20
3.7 Definisi Operasional	20
3.7.1 General Interior (X1)	20
3.7.2 Store layout (X2).....	21
3.7.3 Loyalitas Konsumen (Y).....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1. Hasil Penelitian	23
4.1.1. Gambaran Umum Objek penelitian	23
4.1.2. Karakteristik Responden	23
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	23
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	24
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	25
4.1.3. Hasil Analisis Data.....	26
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas.....	26
4.1.3.2. Hasil Reliabilitas	27
4.1.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	27
4.1.3.3.1. Hasil Uji Normalitas Data.....	27
4.1.3.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	28
4.1.3.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	28

4.1.3.4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	29
4.1.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	31
4.1.3.6 Hasil Uji F.....	31
4.1.3.7 Hasil Uji t.....	32
4.2.1 <i>General Interior</i> Dan <i>Store Layout</i> Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen	33
4.2.2 <i>General Interior</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	33
4.2.3 <i>Store Layout</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	34
BAB V.....	35
KESIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37
Lampiran 1	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis ritel sudah sangat pesat di Indonesia. Hal ini yang menyebabkan persaingan bisnis ritel menjadi lebih ketat lagi. Salah satu perusahaan ritel yang berkembang pesat adalah indomaret. Indomaret senantiasa menyediakan produk-produk unggulan dan produk yang lengkap (Khamardi et al., 2020). Indomaret juga telah dibuka Di kota Poso. Sudah ada sebanyak 5 gerai yang telah dibuka, salah satunya berada di Pulau Sumatera Kabupaten Poso.

Indomaret Pulau Sumatera merupakan salah satu indomaret yang paling banyak di kunjungi masyarakat kota Poso, karena lokasinya berada di pusat kota Poso. Hal tersebut membuat pengusaha lain mencari ide agar bisnis ritel mereka tidak kalah saing. Oleh karena itu, seorang pengusaha harus bisa menyikapi persaingan di dunia industri ritel yang semakin maju. Hal yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian langsung secara spontan di Minimarket dengan adanya unsur retail mix terlebih yang lebih berpengaruh ialah *Store Atmosphere* (Caesariani, 2020).

Store Atmosphere merupakan desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi konsumen dan untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli barang (Patra et al., 2020) . Suasana toko yang menyenangkan, menarik, dan nyaman bisa menciptakan satu atmosphere yang secara positif dapat

mempengaruhi loyalitas konsumen, sehingga dapat menarik minat untuk berbelanja di indomaret (Herdiany et al., 2021). Oleh karena itu Indomaret harus lebih memperhatikan *Store Atmosphere* antara lain ialah *General Interior* dan *Store Layout* karena hal ini sangat berpengaruh di minat konsumen dalam berbelanja.

Beberapa bulan ini jumlah konsumen Indomaret Pulau Sumatera mengalami penurunan, di akibatkan banyaknya bisnis ritel yang sudah mulai berkembang pesat di Kota Poso saat ini. Hal ini yang membuat Indomaret Pulau Sumatera mengambil langkah strategis dalam hal *General Interior* dan *Store Layout* agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen pada Indomaret Pulau Sumatera kota Poso. Maka peneliti akan mengidentifikasi loyalitas konsumen berdasarkan *General Interior* dan *Store layout*.

Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang dari suatu perusahaan yang dipilih (Juniantara & Sukawati, 2018). Seorang konsumen tertarik untuk terus membeli barang tersebut karena pencahayaan yang terang, Tempatnya bersih, dilengkapi dengan music, barangnya tertata dengan rapi dan suasana tempatnya bagus. Banyak manfaat yang bisa diambil jika memperoleh konsumen yang loyal, namun untuk membangun sebuah loyalitas konsumen tentunya tidak mudah dan membutuhkan sebuah proses untuk mencapainya (Patra et al., 2020). Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh *General Interior*.

General Interior merupakan penataan yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa, dan memilih barang-barang tersebut dan akhirnya melakukan suatu pembelian (Candra, 2018) . Penataan *General Interior* sangatlah penting karna posisi itu yang dapat membuat konsumen untuk terus menerus tertarik untuk membeli barang-barang kebutuhan konsumen. Berbagai motif konsumen memasuki toko. Hendaknya memperoleh kesan yang menyenangkan misalnya seperti warna dinding toko yang menarik, music yang didengarkan serta aroma dan udara didalam toko (Waruwu & Purnomo, 2020).

Hasil penelitian (Gunawan & Syahputra, 2020), menyatakan bahwa Loyalitas konsumen didasarkan *General interior* berpengaruh signifikan. *General interior* merupakan faktor yang timbul dari persepsi pelanggan yang menciptakan loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh faktor warna yang menarik, desain, pencahayaan, music dan suhu ruangan yang memberikan kenyamanan sehingga mempengaruhi konsumen dalam berbelanja.

Store Layout merupakan rencana untuk menentukan lokasi tertentu dan pengaturan dari jalan atau gang didalam toko untuk lebih memudahkan para konsumen dalam berbelanja (Nasution & Safina, 2022). Oleh karena itu, seorang pengusaha ritel harus dapat melakukan penataan toko dengan baik dan benar agar tujuan konsumen tercapai. Pengalokasian tata letak toko juga biasanya mengikuti selera konsumen, atau di upayakan dapat memberi kesegaran dan daya tarik bagi konsumen dalam berbelanja (Setyani & Abdul, 2021)

Hasil penelitian (Gunawan, 2020), menyatakan bahwa loyalitas konsumen didasarkan *Store Layout* berpengaruh signifikan. *Store Layout* merupakan salah satu faktor penting yang ada di dalam suasana toko dan juga apabila *Store Layout* yang dipresepsikan pelanggan meningkat maka akan semakin meningkat pula loyalitas konsumen dalam berbelanja yang dipengaruhi oleh menempatkan produk-produk sesuai dengan kelompoknya, menempatkan harga produk, dan pengaturan jalan atau gang.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan dalam penelitian ini, maka judul penelitian ini adalah Pengaruh *General Interior* dan *Store Layout* terhadap loyalitas konsumen Indomaret (Studi Kasus Pada Pulau Sumatera Kota Poso). Mengenai latar belakang peneliti mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1.2.1 Apakah *General Interior* Dan *Store Layout* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret di Pulau Sumatera Kota Poso.
- 1.2.2 Apakah *General Interior* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret di Pulau Sumatera Kota Poso.
- 1.2.3 Apakah *Store Layout* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret di Pulau Sumatera Kota Poso.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh *General Interior* dan *Store Layout* secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret di pulau Sumatera Kota Poso.
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh *General Interior* secara persial terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret di Pulau Sumatera Kota Poso.
- 1.3.3 Untuk mengetahui pengaruh *Store Layout* secara persial terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret di Pulau Sumatera Kota Poso.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yaitu:

1.4.1 Bagi Perusahaan

Dapat memberikan informasi yang bisa dijadikan referensi di dalam strategi untuk memperoleh loyalitas konsumen dan juga memberikan masukan untuk meningkatkan loyalitas konsumen khususnya pada Indomaret di Pulau Sumatera Kota Poso.

1.4.2 Bagi Unsimar

Menambah literatur perpustakaan di bidang pemasaran khususnya mengenai *General Interior*, *Store Layout* dan loyalitas konsumen.

1.4.3 Bagi Peneliti

Untuk memenuhi tugas dan syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan*. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Budi, N. A., & Sutedjo, B. (2022). *Pengaruh Citra Perusahaan, Suasana Toko Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Studi pada pelanggan Aluna Home Spa Semarang). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2288–2298. <https://doi.org/10.36778/jesy.v5i2>.
- Caesariani, T. E. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse buying Di Indomaret Surabaya Timur*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2013), 306–314. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/31072>
- Candra, F. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Alfamart Ketintang Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 55–62. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24252/22177>
- Ferdinan. 2014. *Metode Pendekatan Kuantitatif*. Jurnal CV.Media Sains Indonesia, Bandung : www.penerbit.medsan.co.id
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). *Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung*. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 51–62. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2935>
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliandi, A., dan Irfan. 2013. *Metedologi Penelitian Kuantitatif*. Medan: Citapustaka Media Perintis
- Herdiany, H. D., Utomo, C. W., Aryandha, P. N., & Jadi, A. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying*. *JCOMMENT (Journal of Community Empowerment)*, 3(2), 98–109. <https://doi.org/10.55314/jcoment.v3i2.257>

- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06>
- Kanawijaya, K. I., & Mubaraq, R. (2022). *Pengaruh Suasana Kedai Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 85–093.
- Khamardi, M. A., Kamener, D., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bung, U. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Tangkelek Di Kota Padang*.
- Khasanah, A. F. (2020). *Pengaruh Exterior, General Interior, Store Layout Dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian Di Trio Wonosobo*. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 300–310. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1225>
- Nasution & Safina. (2022). *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervending (Studi Kasus Pada Indomaret Menoreh Semarang)*. 01(02), 155–170.
- Nofiwaty, beli yuliandi. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Journal of Menegement and Bussines*, 75–82.
- Patra, D., Utami, D., Hartanto, R. B., & Sanjaya, V. F. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepurusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi Pada Warunk Upnormal Lampung Delviansyah*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 61–69. <http://jema.unw.ac.id/index.php/jema/article/view/28>
- Pribadi, J. D., Sukma, E. A., & Santoso, E. B. (2017). *Pengaruh Eksterior Dan General Interior Terhadap. Pengaruh Eksterior Dan General Interior Terhadap*, 11, 201–212.
- Primadiana, T., & Winarti, E. (2016). *Antara Kualitas Pelayanan Jasa Ekspedisi Dengan Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 5(2), 62–76.
- Rachman, H. F., & Wardhana, A. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kopi Patok Di Kota Tasikmalaya) the Effect of Store Atmosphere and Quality of Service on Customer Loyalty (Study on Patok Coffee Consumers in Tasikmalaya*. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3740–3750.

- Setyani, T., & Abdul, F. W. (2021). *Pengaruh Store Layout Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Indomaret Satria Jaya Tambun Utara. Jurnal Manajemen Logistik, 1(1)*, 95–103.
- Simamora, J. M., & Yusmalinda. (2021). *Pengaruh Service Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv Bersinar Pematangsiantar. Journal of Management Sciences, 1(1)*, 9–19.
<http://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic/article/view/3>
- Takwim, R. I., Asmala, T., & Johan, A. (2022). *Pengaruh kualitas layanan dan store atmosphere terhadap customer loyalty. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 4(12)*, 5617–5622.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2093>
- Waruwu, E. S. S., & Purnomo, H. (2020). *Analisis Pengaruh Store Layout, Interior Display, General Interior, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Beli Konsumen Indomaret di Yogyakarta. Jurnal Bisnis Dan Akuntansi ..., XIV(2)*, 76–88.
<http://journal.ukrim.ac.id/index.php/jem/article/download/94/78>
- Widiastuti & Risqy Aziz Basuki. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. 105(3)*, 129–133.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHoCi4J:https://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-ele.pdf+%&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>