

Pengaruh Store Layout Dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Jakarta

*Aldyan Jhones F¹, Muhammad Asad², Bisma Widyawan³
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi,
Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

Abstract.

The background of this research is to see the rapid growth of Indomaret outlets, due to the Display factor which consists of Store Layout and Interior Display in Indomaret stores which can influence Purchasing Decisions. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of Store Layout and Interior Display on Purchasing Decisions at Indomaret Fresh Stores located in the Indomaret Tower Building, Jakarta. The research method used in this study is a quantitative method, with data collection techniques using field study methods (distribution of questionnaires). While the data analysis technique uses a quantitative descriptive statistical approach. The criteria for the informants that the authors used as samples in this study were consumers who came to shop, who were making purchases at the store with the topic under study and had enough time to be given a questionnaire. The results of the study prove partially that there is an influence from Store Layout (X1) on purchasing decisions (Y). This is evidenced by the acquisition of Sig = 0.000 < 0.05 and tcount = 2.241 > ttable = 1.663 with a value of 41.9%. And there is a significant influence Interior Display (X2) on purchasing decisions (Y). This is evidenced by the acquisition of Sig = 0.000 < 0.05 and tcount = 12.329 > ttable = 1.663 with a value of 65.5%, as well as the results of the Anova test or F test obtained an F count of 75,197. with a probability of 0.000. Because the probability is less than 0.05, the regression model can be used to find the effect that Store Layout and Interior Display simultaneously influence Purchase Decision by 65.6%.

Keywords: Interior Display ,Purchasing Decision,Store Layout.

Cronicle of Article:Received (11,10,2023); Revised (15,10,2023); and Published (28,10,2023).

©2023 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Aldyan Jhones F adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* Aldyanjhones@gmail.com

How to cite this article : Jhones F. A., Asad, M., Widyawan, B. (2023) "Pengaruh Store layout Dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Jakarta". *Adbispreneur*, 3 (5), pp.546-551 . Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Seiring bertambahnya populasi penduduk di Indonesia maka terjadi juga pertumbuhan pada pasokan kebutuhan sehari-hari dan perdagangan eceran yang bertumbuh relatif cepat, bisnis ritel diperkirakan akan terus tumbuh setiap tahunnya dan dianggap sebagai industri yang menguntungkan untuk semua jenis toko ritel.

Salah satu minimarket yang berkembang pesat saat ini ialah Minimarket Indomaret. Secara kasat mata orang awam hal ini dapat terlihat dengan bertambahnya jumlah gerai indomaret dan banyaknya konsumen yang mengunjungi gerai tersebut. Berikut jumlah gerai yang dioperasikan oleh beberapa bisnis ritel minimarket di Indonesia.

Indomaret berkembang sangat pesat dengan jumlah gerai Indomaret hingga Desember 2022 adalah 21.251 Sebagian besar pasokan barang dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 42 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk (Indomaret.co.id).

Perkembangan Indomaret yang cukup pesat ini terkait dengan adanya fenomena dimana masyarakat lebih memilih melakukan pembelian atau berbelanja di minimarket, Menurut Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan Tjahya Widayanti (Tempo, 2019), menilai masyarakat saat ini lebih senang berbelanja ke minimarket karena akses yang lebih dekat karena di sana juga menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari Fast Moving Consumer Goods (FMCG). Masyarakat lebih suka berbelanja kebutuhan sehari-hari di toko swalayan yang berformat minimarket karena lokasinya lebih dekat dengan permukiman, lebih praktis karena tanpa harus mengelilingi area belanja yang luas untuk mencari barang yang ingin dibeli. Menurut Tjahya Widayanti, ketertarikan masyarakat terhadap minimarket ini tercermin dari data Nielsen bahwa konsumsi FMCG di ritel modern tumbuh sebesar 6,6 persen dengan rincian untuk format minimarket tumbuh sebesar 12,1 persen, sedangkan untuk format supermarket dan hypermarket tumbuh negatif sebesar 6,8 persen.

Menurut Direktur bagian Pemasaran Bapak Wiwiek Yusuf, salah satu faktor perkembangan Indomaret karena pembeli nyaman dan aman berbelanja di Indomaret, kenyamanan tersebut terbentuk karena toko Indomaret terlihat rapi dan menarik secara *Display* sehingga pembeli dapat menemukan produk yang diinginkan dengan mudah dan itu hal yang sangat membantu konsumen dalam berbelanja (Detik.com 2020).

Display yang ada dalam toko harus menarik dan membuat nyaman pelanggan. Kenyamanan pelanggan dapat diperoleh ketika pelanggan mendapat pemandangan yang unik atas penataan *interior* ruangan. Kenyamanan erat kaitannya dengan lingkungan atau keadaan sekitar. Ketika pelanggan belanja ditoko maka suasana dan nuansa yang diharapkan sesuai dengan ekspektasi. Dan saat ekspektasi itu terpenuhi maka pelanggan dapat berbelanja dengan nyaman sehingga dapat terjadi pembelian didalam toko (Hakim, 2016). Bagian penting dalam *display* dalam toko yaitu tata letak ruangan toko / *Store Layout* dan pemajangan produk didalam rak toko / *Interior display* yang mana hal tersebut dapat meningkatkan minat beli dan kenyamanan didalam toko (Hakim,2016).

P. Tampubolon, (2014: 149) mendefinisikan tata letak toko (*Store Layout*) merupakan tata letak sarana operasional toko, baik yang terdapat dalam bangunan toko ataupun di luar toko. Sedangkan menurut Turley (2017) *interior display* merupakan jenis penyusunan produk yang ada di dalam ruangan/ gedung toko yang hendak menarik konsumen dikala berbelanja diarea toko

sehingga bisa jadi daya Tarik buat konsumen. Dan Fenomena nya dalam masyarakat bahwa tidak jarang dari mereka beralasan membeli produk yang dibeli karena faktor *display* yang ada dalam toko baik secara *layout* toko atau secara *display* produk yang tertata didalam toko. Menurut Ma'ruf (2016) Bahwa *Layout* serta *display* sangat berarti mengingat dewasa ini seseorang berbelanja bukan cuma selaku aktivitas fungsional untuk membeli barang ataupun jasa, tetapi ialah aktivitas untuk mengisi waktu, rekreasi, hiburan atau bahkan untuk melepas stress.

Dan ada permasalahan yang terjadi tentang *Store Layout* dan *Interior Display* pada penelitian ini yaitu dimana ada beberapa produk yang sulit untuk ditemukan sehingga konsumen harus menanyakan ke petugas toko Indomaret, Maka dari itu Indomaret sebagai salah satu ritel terbesar di Indonesia terus mengembangkan varibel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, Berdasarkan fenomena yang diuraikan diatas apakah toko Indomaret yang akan diteliti ini sudah membuat *display* yang nyaman sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan, serta *Store Layout* yang dibentuk juga *interior display* yang dibuat sudah memberikan dampak terhadap keputusan pembelian konsumen yang sedang berbelanja didalam toko Indomaret. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Store layout Dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Jakarta".

LITERATUR REVIUW

1. P.Tampubolon, (2014: 149) Mengemukakan tata letak toko (Store Layout) adalah susunan letak fasilitas operasional toko, baik yang ada dalam bangunan toko maupun di luar toko sehingga tampilan toko menarik.
2. Tri Ngadiman (2018) Mengemukakan Interior Display adalah memajangkan barang dagangan di dalam toko atau di dalam ruangan, seperti ditata di lantai, di meja, di rak dan sebagainya. Umumnya konsumen menyenangi interior display sebab memberikan kesempatan lebih banyak untuk melihat, memikirkan, memilih barang yang disenangi oleh konsumen, dan lebih memberikan keaktifan pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya.
3. Tjiptono (2014) Mengemukakan keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini penulis memilih penelitian kuantitatif. Data yang digunakan oleh penelitian adalah data primer yang diperoleh dari Kuisisioner. Penentuan sampel menggunakan sampel jenuh sebanyak 82 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, meliputi uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f menggunakan aplikasi SPSS 24.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis, diteliti dan berdasarkan pada hasil dari pengolahan data Pengaruh Store Layout dan Interior Display Terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Jakarta. Maka dalam penelitian ini yang dapat dijelaskan oleh penulis antara lain, sebagai berikut:

1. Pengaruh Store Layout (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 ^a	.419	.007	2.60196
a. Predictors: (Constant), Store Layout				

Besarnya nilai R Square yang diperoleh dengan perhitungan Statistical Package For Sosial Science (SPSS) adalah sebesar 0,419. Dengan demikian berarti menggambarkan bahwa sebanyak 41,9 % keragaman variabel Keputusan Pembelian disebabkan oleh perbedaan variabel Store Layout, sisanya sebanyak 58,1% disebabkan oleh faktor lain. Kontribusi sebesar itu jelas tidak bisa diabaikan. Dengan kata lain, dapat ditafsirkan bahwa Store Layout dapat meningkatkan Keputusan Pembelian di Toko Indomaret Fresh di Gedung Menara Indomaret Jakarta.

2. Pengaruh Interior Display (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.655	.651	1.54257
a. Predictors: (Constant), Interior Display				

Besarnya nilai R Square yang diperoleh dengan perhitungan Statistical Package For Sosial Science (SPSS) versi 24 adalah sebesar 0,655. Dengan demikian berarti menggambarkan bahwa sebanyak 65,5% keragaman variabel Keputusan Pembelian disebabkan oleh perbedaan variabel Interior Display, sisanya sebanyak 34,5 % disebabkan oleh faktor lain. Kontribusi sebesar itu jelas tidak bisa diabaikan. Dengan kata lain, dapat ditafsirkan bahwa Interior Display dapat meningkatkan Keputusan Pembelian di Toko Indomaret Fresh di Gedung Menara Indomaret Jakarta.

3. Pengaruh Store Layout(X1) dan Interior Display(X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.656	.647	1.55131
a. Predictors: (Constant), Interior Display, Store Layout				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Besarnya nilai Koefisien Determinasi yang diperoleh dengan perhitungan Statistical Package For Sosial Science (SPSS) versi 24 adalah sebesar 0,656. Hal ini menunjukkan bahwa 65,6% keragaman variabel Keputusan Pembelian disebabkan oleh perbedaan variabel Store Layout dan variabel Interior Display, sisanya sebanyak 34,4% disebabkan oleh faktor lain. Dengan

demikian bahwa sebanyak 65,6% keragaman variabel Keputusan Pembelian disebabkan oleh perbedaan variabel Store Layout dan variabel Interior Display, sisanya sebanyak 34,4% disebabkan oleh faktor lain. Dengan kata lain, dapat ditafsirkan bahwa Store Layout dan Interior Display dapat meningkatkan Keputusan Pembelian di Toko Indomaret Fresh di Gedung Menara Indomaret Jakarta.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besar pengaruh cukup berarti Store Layout Terhadap Keputusan Pembelian yaitu berdasarkan perhitungan sebesar 41,9 %. Besar pengaruh kuat Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian yaitu berdasarkan perhitungan sebesar 65,5%. Besar pengaruh Store layout dan Interior Display secara bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 65,6%.

Saran

Meningkatkan pengetahuan Store Layout dan Interior Display dengan melakukan pelatihan sumber daya manusia lebih unggul agar penerapan di toko lebih baik dan menarik. Berdasarkan saran terendah dengan skor 248 ialah ruangan toko yang terlalu sempit sehingga membuat konsumen tidak nyaman, Sarannya agar pemilihan rak hanya item tidak terlalu banyak di toko tipe kecil. Mendengarkan keluhan dari pengunjung/masyarakat. Meningkatkan sistem informasi dan teknologi yang terkini dalam pembuatan Store Layout dan Interior Display. Meningkatkan kualitas display produk yang telah di dibuat diantaranya Toko dengan display secara digital agar mempermudah konsumen berbelanja. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini. Menambahkan jumlah responden dengan variabel yang lebih luas. Meneliti faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Alvionita, I. I., & Rachmi, A. (2018). Pengaruh Store Layout dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Vivi's Mart Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 263-268.
- Andreani, F., Kristanti, M., & Yapola, A. (2013). Pengaruh Store Layout, Interior Display, Human Variable, terhadap Customer Shopping Orientation di Restoran Dewandaru Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1), 65-74.
- Ashari, L. B., Hufron, M., & ABS, M. K. (2017). Pengaruh Store Layout, Interior Display, Human Variable Terhadap Keputusan Pembelian Di Ramayana Mall Dinoyo City Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 6(03).
- Fitriana, A. (2016). Analisis Pengaruh Display Interior Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Indomaret Pontianak. *Journal of Applied Intelligent System*, 1(2), 90-102.
- Gunawan, D. (2016). Pengaruh Store Layout Dan Interior Display Serta Human Terhadap Customer Shopping Orientation Di Conato Café Roxy Square Jember (Effect Of Store Layout And Interior Display And Human To Customer Shopping Orientation At Conato Cafe Roxy Square Jember).
- Hariyanti, R., & Basuki, S. (2017). Pengaruh Exterior, General Interior, Store Layout, Dan Interior

- Point Of Interest Display Terhadap Keputusan Pembelian Di Depot Uceng” Anda” Blitar. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(1), 21-24.
- Katarika, D. M., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 162-171.
- Kusherawati, I., Widiyanesti, S., & Siregar, K. R. (2015). The Influence of Store Layout and Interior Displays against a Purchase Decision (In KFC Fast Food Bandung, Indonesia). *International journal of science and research*, 6(14), 2319-7064.
- Ridwan, M. (2016). Pengaruh Tata Letak Dan Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Mubarakfood Cipta Delicia (Doctoral Dissertation, Stain Kudus).
- Rifianita, R. D., & Basuki, R. S. (2019). Pengaruh Store Layout dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Seamart Swalayan Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 113-116.
- Sari, M. K., Putri, Y. E., & Tanjung, R. (2020). Pengaruh Display Interior, Display Eksterior Dan Emosi Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Tak Berencana Pengunjung Transmart Padang Dengan Pengalaman Belanja Sebagai Variabel Intervening. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(1), 27-34.
- 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.
- Sondakh, P. L., & Kalangi, J. B. (2020). The influence of sales promotion and store layout on consumer impulsive buying behavior. Case study: Cool supermarket tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Suwena, K. R., Nuridja, M. P. I. M., & Taridayanti, N. L. G. (2014). Pengaruh Store Environment dan Store Layout Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Migros di Kecamatan Baturiti tahun 2014. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1), 5319.
- 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 (Equilibrium)*, 14(li).

Internet

- CEICdata.com. Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel. Ceicdata.com. Published June 2018. Accessed March 7, 2023. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth>
- Eko Wahyudi. Kemendag: Masyarakat Lebih Suka Belanja di Minimarket. Tempo. Published June 27, 2019. Accessed March 1, 2023. <https://bisnis.tempo.co/read/1218956/kemendag-masyarakat-lebih-suka-belanja-di-minimarketberita-utama> | Indomaret. Indomaret.co.id. Published 2023. Accessed March 5, 2023. <https://indomaret.co.id/home/index/berita-utama>
- Ulasan Tentang Definisi Display Menurut Para Ahli. Blogspot.com. Published 2015. Accessed March 15, 2023. <http://belajar-ilmiah.blogspot.com/2015/12/ulasan-tentang-definisi-display-menurut.html>