
Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Minimarket X-Drass

Febtahadul Imam *)
M. Ridwan Basalamah **)
Aleria Irma Hatneny *)**

E-mail : aldansyah.damara@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This research was conducted at the Minimarket Klungkung District, Klungkung Regency, Bali. The type of research chosen is explanatory research with quantitative methods. The purpose of this study is to see the impact of store atmosphere, product diversity and service quality on buying interest. The independent variables used are store atmosphere, item diversity, and service quality, while the dependent variable is buying interest. The sample used in this study were 90 participants who were buyers in Klungkung District, Klungkung Regency, Bali. With a questionnaire as data collection. The evaluation method used is the classical assumption test, multiple linear regression analysis, instrument test, determination test, t test and f test using SPSS 16.0 computer software for data processing. The results of this study state that product diversity, service quality and store atmosphere partially affect buying interest and product diversity, store atmosphere and service quality simultaneously affect buying interest.

Keywords: Product Diversity, Service Quality, Store Atmosphere and Buying Interest.

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Seiring dengan bertumbuhnya ekonomi dan berkembangnya teknologi akibatnya terjadi perkembangan yang pesat pada ranah usaha, khususnya di bidang ritel menjadikan peritel harus bisa bersaing dalam pasar dan memperoleh hati pelanggannya. Agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan, setiap riteler harus mampu berinovasi mengembangkan usaha marketing yang kreatif untuk bisnis mereka, agar menarik para pelanggan untuk menghampiri toko. Strategi marketing yang bisa dicoba peritel ialah dengan alternatif menawarkan *Store Atmosphere* yang baik, mutu pelayanan yang baik, dan keberagaman produk. Sehingga bisa menawarkan kesan yang menarik pada pelanggan guna memunculkan minat yang bisa mempengaruhi pelanggan dalam membeli.

Minimarket x-drass ialah suatu usaha yang berjalan di bidang penjualan seperti minuman dan makanan, kebutuhan rumah, serta lain sebagainya. Sistem penjualan yang di terapkan di minimarket x-darss melalui tunai. Tujuan dari usaha minimarket x-drass yaitu untuk mempermudah masyarakat dalam membeli produk yang tidak ada di pelaku usaha lainnya, dan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Lokasi yang strategis minimarket x-drass berada di Jalan Rama, Kelungkung, Bali. Lokasi tersebut sangat strategis sebab terletak dipinggir jalan raya yang kerap dilalui oleh pengguna roda empat ataupun roda dua. Tetapi, meskipun minimarket x-drass memiliki tempat yang strategis. Minimarket ini memiliki masalah yang belum menemukan solusinya yakni kurangnya minat pengunjung untuk membeli barang di minimarket ini.

Selain itu, kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan pegawai minimarket dianggap kurang cekatan. Oleh karena itu peneliti mencoba untuk melakukan penelitian untuk lebih mengkaji dan menganalisa lebih jauh tentang Dampak Store Atmosphere, Minat Beli Pelanggan dan Keragaman Produk pada Mutu Pelayanan pada Minimarket X-Drass. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “**Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada Minimarket X-Drass**”.

Rumusan Masalah

- a. Bagaimana *Store Atmosphere*, Mutu layanan, dan Keberagaman Produk berdampak dengan simultan pada Minat Beli Pelanggan?
- b. Bagaimana *Store Atmosphere* berdampak pada minat beli pelanggan?
- c. Bagaimana Kualitas Pelayanan berdampak pada Minat Beli Pelanggan?
- d. Bagaimana Keragaman Produk berdampak pada Minat Beli Pelanggan?

Tujuan Penelitian

- a. Guna melihat dan menganalisis Mutu Pelayanan, *Store Atmosphere*, dan Keberagaman Produk berdampak dengan simultan pada Minat Beli Pelanggan.
- b. Guna melihat dan menganalisis *Store Atmosphere* berpengaruh pada Minat Beli Pelanggan.
- c. Guna melihat dan menganalisis Kualitas Pelayanan berdampak pada Minat Beli Pelanggan.
- d. Guna melihat dan menganalisis Keberagaman Produk berdampak pada Minat Beli Konsumen.

Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis
Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa memperkaya pengetahuan anda dalam menawarkan informasi ilmu yang bisa memberi kontribusi untuk perkembangan ilmu pengetahuan terutama terkait manajemen marketing. Tak hanya itu juga guna pengembangan studi opini, penambah wawasan dan khazanah kepustakaan program studi manajemen di universitas islam malang. Dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi informasi tentang dampak Keragaman Produk, Mutu Pelayanan, dan *Store Atmosphere* pada minat beli pelanggan pada Minimarket X-drass.
- b. Secara Praktis
Hasil kajian ini bisa dimanfaatkan untuk bahan saran perusahaan dalam menarik minat beli konsumen khususnya melalui kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan keberagaman produk.

Tinjauan Pustaka

Hasil Penelitian Terdahulu

Pertama, Ramadhan, suhadi, (2016). Dampak *Store Atmosphere*, Keberagaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Pada Minat Beli Pelanggan (Studi kasus Minimarket Koperasi Pegawai Pura Group Kudus). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli pelanggan di minimarket koperasi Pegawai pura group.

Kedua, Meiyanto, prabawani, 2017. Dampak Mutu produk, Mutu Pelayanan, dan *Store Atmosphere* pada Keputusan Pembelian (Studi kasus di Kafe Salwa House Sirojudin Semarang). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya Mutu Pelayanan(X3), Mutu Produk (X2), dan *Store Atmosphere* (X1) setiap variabel dengan simultan berdampak pada Keputusan Pembelian (Y). dan dari Hasil regresi, Variabel yang paling mendominasi adalah Mutu Layanan (X3)

Ketiga, Syahputra, Katarika, (2017). Dampak *Store Atmosphere* Pada Keputusan Pembelian di Coffee Shop di Bandung. Dari hasil penelitian ini bisa dilihat bahwasanya *Store Atmosphere* Berdampak signifikan dan positif pada Keputusan Pembelian di Kopi Selasar dan Kopi Ireng sunaryo.

Keempat, Arif. ZA. (2018). Dampak Harga, Kualitas Produk, Keberagaman Produk, dan Letak Pada Minat Beli Pelanggan pada Pasar Pabean Surabaya. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan variabel Lokasi, Kualitas Produk, Keragaman Produk, dan Harga berdampak positif dan signifikan pada Minat Beli

Kelima, Susanti, Ismanto, (2019) Dampak Kesan Merek Dan Mutu Layanan Pada Minat Beli di Toko Prima From Mart. Hasil penelitian yang didapat dari 238 partisipan pelanggan Fresh Mart, memperlihatkan Kesan brand memiliki dampak signifikan dan positif pada Minat Beli. Variabel Mutu Layanan memiliki dampak signifikan dan positif pada Minat Beli. Variabel Mutu Layanan dan Kesan Merek dengan simultan berdampak signifikan pada Minat Beli, yang artinya Minat Beli tergantung dari Kesan Merek dan Mutu Layanan.

Tinjauan Teori

Minat Beli Konsumen

Nugroho (2013: 342) memaparkan minat beli ialah proses engintegrasian yang menggabungkan wawasan guna menganalisis tak kurang dari dua perilaku alternatif dan menggunakan salah satunya dari yang ada.

Store atmosphere

Menurut Amin (2014:204) *Store Atmosphere* ialah suasana pada toko yang menghadirkan bentuk perasaan pada diri konsumen yang timbul dari pemanfaatan poin-poin desain interior contohnya penyesuaian cahaya, pengaturan pada sistem udara, tata suara, dan layanan.

Kualitas pelayanan

Dari Goeth dan Davis pada Algifari, (2017:120) mengatakan bahwa mutu sebagai keadaan dinamis yang berkenaan dengan lingkungan, jasa, manusia, produk dan proses yang memenuhi atau lebih dari harapan.

Keberagaman produk

Dari Simamora (2013:441) mengartikan bermacamnya produk ialah untuk seperangkat (keanekaragaman) unsur yang ditawarkan dan lini produk oleh beberapa penjual pada para pelanggan.

Hubungan Antar Variabel

Keterkaitan Antara *Store Atmosphere* Dengan Minat Beli Pelanggan

Dari hasil penelitian dari Agung Fajar Ramadhan Suhadi (2016) yang dilakukan di Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group, dapat dibuktikan bahwa keadaan toko

(*Store Atmosphere*) berdampak dengan signifikan dan positif pada minat beli pelanggan Minimarket Koperasi Pegawai Pura Group. Apabila Minimarket Pura Group ingin minat beli pelanggan semakin tinggi, jadi minimarket itu perlu menghadirkan store atmosphere yang menyenangkan dan nyaman pada konsumen, sebab dengan hal itu bisa menjadikan pelanggan betah berdiam lama dalam minimarket dan menghasilkan meningkatnya pembelian.

Keterkaitan Antar Mutu Layanan Dengan Minat Beli Pelanggan

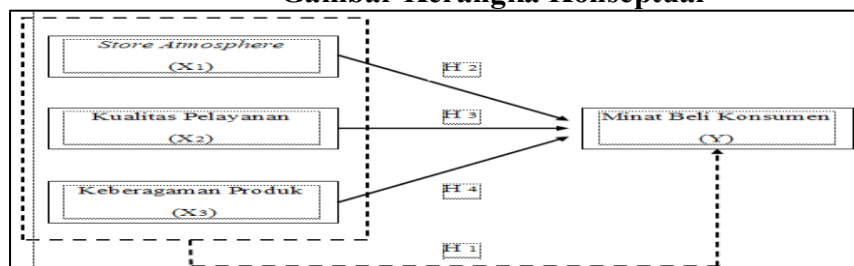
Dari hasil penelitian dari Ananda (2016) yang berjudul: “dampak mutu layanan pada minat beli pelanggan di Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru. Tujuan penelitian ini ialah guna melihat sebesar apa dampak mutu pelayanan pada minat beli pelanggan di Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru. Dengan memanfaatkan metode penelitian analisis regresi linier sederhana di penelitian ini. Dengan hasil penelitian menyatakan bahwasanya mutu pelayanan mempunyai dampak signifikan dan positif pada minat beli pelanggan pada 31 Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru.

Hubungan Antara Keberagaman Produk Dengan Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian dari Astika Pratiwi (2016) yang dilakukan di lokasi Pasar Tradisional Argosari Wonosari. Dapat dibuktikan bahwa Keberagaman Produk berdampak signifikan dan positif pada minat beli pelanggan. Hasil penelitian diketahui bahwasanya keragaman produk ialah variabel paling mendominasi yang memberikan dampak pada minat beli.

Kerangka Konseptual

Gambar Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1: *Store Atmosphere*, Keberagaman Produk, dan Mutu Layanan berdampak dengan simultan pada Minat Beli Pelanggan.
 H2 : *Store Atmosphere* berdampak pada Minat Beli Pelanggan.
 H3 : Kualitas Pelayanan berdampak pada Minat Beli Pelanggan.
 H4 : Keberagaman Produk berdampak pada Minat Beli Pelanggan.

Metode Penelitian

Lokasi, Waktu dan Jenis Penelitian

Tipe penelitian ini ialah penelitian Kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah *Scientific* atau metode ilmiah sebab sudah sesuai kaidah-kaidah ilmiah yakni empiris atau konkrit, sistematis, terstruktur, rasional, dan obyektif. Metode ini dikatakan dengan

metode kuantitatif sebab data penelitian dengan bentuk data angka dan analisis dengan statistik (Sugiono, 2015).

Penelitian ini dilaksanakan pada Minimarket di Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung, Bali. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Oktober 2021 hingga dengan Januari 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi pada kajian ini ialah para pelanggan di Kecamatan Klungkung Kabupaten Klungkung Bali.

Teknik perolehan sampel untuk menentukan sampel yang dipakai pada penelitian ini yaitu dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yakni metode *nonprobability sampling*. Sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu para pelanggan di Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung, Bali.

Sampel yang dikumpulkan di penelitian ini mempunyai ketentuan yaitu pelanggan dengan usia 15-30 tahun. Sementara sampel pada penelitian ini tak teridentifikasi banyaknya maka dipakailah rumus atau teknik serupa dengan teori dari Naresh K Malhotra. Dari Malhotra (2006) bahwasanya pada buku riset marketing paling tidak perlu empat atau lima kali banyak jumlah pertanyaan. Jadi pada penelitian ini memakai 90 sampel, yang merupakan hasil dari 5 x 18 (banyak item).

Dengan begitu partisipan yang bakal digunakan 90 partisipan. Jumlah itu telah dapat cukup mewakili populasi yang bakal dikaji.

Definisi Operasional Variabel

Minat Beli Konsumen

Dari Ferdinand (2014:189), minat beli bisa dijabarkan dengan beberapa indikator seperti berikut :

1. Minat *preferensial*.
2. Minat *refrensial*.
3. Minat *transaksional*.
4. Minat *eksploratif*.

Store atmosphere

Dari Evan dan Berman (2014:545) ada elemen store atmosphere yang berdampak yang terdiri dari *Store Layout*, *Exterior*, *Interior Display* dan *General Interior*. Yang keempat elemen itu akan dijabarkan lebih detail seperti di bawah ini :

1. Tata letak (*Store Layout*)
2. Papan pengumuman (*Interior display*)
3. Daerah depan toko (*Store Exterior*)
4. Daerah dalam toko (*General Interior*)

Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas Pelayanan dari Parasuraman yang dikutip oleh Kasim, (2017:47) ialah:

1. Tindakan (*Action*)
2. Kemampuan (*Ability*)
3. Sikap (*Ability*)
4. Penampilan (*Apprance*)
5. Tanggung Jawab (*Accontability*).

6. Perhatian (*Attention*)

Keberagaman Produk

Dari Philip Kotler yang alihkan bahasanya oleh Christina Whidya Utami (2015:364) memaparkan bahwasanya indikator dari keberagaman produk mencakup:

1. Keberagaman ukuran barang
2. Keberagaman kelengkapan barang
3. Keberagaman brand barang
4. Keberagaman mutu barang

Sumber Data

Sumber data yang dimanfaatkan di penelitian ini merupakan Data Primer. Data Primer merupakan jenis data yang diperoleh dengan dari asalnya langsung, dicatat dan diambil pertama kali oleh seorang peneliti. Guna mendapatkan Data Primer itu, peneliti memakai teknik kuesioner yang bakal dibagikan kepada partisipan.

Metode Pengumpulan Data

Dari Sanusi (2017:105) Teknik perolehan data ialah tahap utama yang ada saat penelitian. Oleh karena itu, memperoleh sebuah data merupakan target utama dari suatu penelitian. Data bisa dikumpulkan memakai data skunder atau data primer.

Metode Analisis Data

Penelitian ini memanfaatkan penganalisisan statistik *deskriptif*. Analisis *deskriptif* termasuk penganalisisan data dengan cara menampilkan atau menjabarkan data tanpa bertujuan untuk mengambil simpulan yang berlaku generalisasi atau untuk umum (Sugiyono, 2017:147). Dan alat bantu yang dimanfaatkan pada penelitian ini yakni IBM SPSS.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Minat beli (Y)	Y.1	0,852	> 0,1745	Valid
		Y.2	0,775		Valid
		Y.3	0,715		Valid
		Y.4	0,802		Valid
2	Store atmosphere (X1)	X1.1	0,816	> 0,1745	Valid
		X1.2	0,821		Valid
		X1.3	0,772		Valid
		X1.4	0,750		Valid
3	Mutu layanan (X2)	X2.1	0,837	> 0,1745	Valid
		X2.2	0,790		Valid
		X2.3	0,755		Valid
		X2.4	0,679		Valid
		X2.3	0,893		Valid
		X2.4	0893		Valid
4	Keberagaman produk (X3)	X3.1	0,731	> 0,1745	Valid
		X3.2	0,813		Valid
		X3.3	0,721		Valid
		X3.4	0,834		Valid

Dari tabel 4.8 bisa dilihat bahwasanya tiap-tiap variabel dapat dianggap valid sebab memiliki poin r hitung lebih tinggi dari r tabel yang telah ditentukan bernilai 0,1745.

Uji Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Alpha	Kriteria	Keterangan
1	Mutu layanan	0,896	>0.7	Reliabel
2	Store atmosphere	0,791		Reliabel
3	Minat beli	0,784		Reliabel
4	Keberagaman produk	0,778		Reliabel

Dari tabel 4.9 bisa dilihat dari hasil tes reliabilitas bahwasanya Variabel yang dipakai dengan skor koefisien *alpha* melebihi dari nilai 0.7 jadi seluruh variabel pada penelitian ini dapat dianggap reliabel.

Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Store Tmosphere	Kualitas Pelayanan	Keberagaman Produk	Minat Beli
N		90	90	90	90
Normal Parameters ^a	Mean	14.53	23.83	14.33	14.59
	Std. Deviation	2.338	3.254	2.399	2.248
Most Extreme Differences	Absolute	.101	.135	.121	.121
	Positive	.090	.135	.121	.121
	Negative	-.101	-.098	-.101	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		.963	1.282	1.151	1.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.312	.075	.141	.145

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil tersebut semua variabel bernilai *Asymp.Sig (2-tailed)* diatas skor 0.05 oleh sebab itu bisa dianggap tiap-tiap variabel berdistribusi normal..

Uji Multikolinearitas

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.078	1.003		1.075	.285		
store atmosphere	.437	.101	.455	4.332	.000	.307	3.252
kualitas pelayanan	.172	.054	.249	3.154	.002	.545	1.835
keberagaman produk	.213	.098	.228	2.171	.033	.309	3.239

a. Dependent Variable: minat beli

Dari hasil tersebut semua variabel dengan skor *tolerance* > 0,10 VIF 1-10 oleh sebab itu semua variabel tak terdapat multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.032	.582		1.772	.080
store atmosphere	.072	.059	.237	1.233	.221
kualitas pelayanan	.004	.032	.019	.135	.893
keberagaman produk	-.084	.057	-.283	-1.478	.143

a. Dependent Variable: abs res

Dari tabel 4.12 hasil uji memperlihatkan bahwasanya semua variabel memperoleh hasil signifikansi keterkaitan di bawah 0,05 jadi dapat dinyatakan model regresi yang dipakai tak terdapat heteroskesiditas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.078	1.003		1.075	.285
store atmosphere	.437	.101	.455	4.332	.000
kualitas pelayanan	.172	.054	.249	3.154	.002
keberagaman produk	.213	.098	.228	2.171	.033

a. Dependent Variable: minat beli

Dari tabel 4.13 hasil yang didapat dapat ditarik kesimpulan hasil dari analisis regresi linier berganda bisa dijabarkan di bawah ini :

$$Y = 1.078 + 0.437 X_1 + 0.172 X_2 + 0.213 X_3 + e$$

Persamaan ini mempunyai arti:

- α = Skor konstanta bernilai 1.078 itu berarti bahwasanya apabila store atmosphere, keberagaman produk dan mutu pelayanan bernilai 0 sehingga minat beli pelanggan di minimarket X-Drass ialah bernilai 1.078.
- β_1 = Skor koefisien regresi store atmosphere bernilai 0.437 (positif) menyatakan jika situasi toko atau store atmosphere semakin baik akibatnya minat beli konsumen di minimarket X-Drass akan naik senilai 0.437 dengan anggapan variabel keberagaman produk dan kualitas pelayanan diasumsikan konstan.
- β_2 = Skor koefisien regresi mutu layanan bernilai 0,172 (positif) menunjukkan jika mutu layanan semakin tinggi akibatnya minat beli konsumen pada minimarket X-Drass naik dengan nilai 0,172 dan berasumsi variabel keragaman produk dan store atmosphere diasumsikan konstan.
- β_3 = Skor koefisien regresi keragaman produk bernilai 0.213 (positif) menunjukkan jika keberagaman produk semakin tinggi akibatnya minat beli konsumen pada minimarket X-Drass akan naik dengan nilai 0.213 dengan asumsi variabel mutu layanan dan store atmosphere diasumsikan konstan.

Uji F

Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	318.602	3	106.201	69.620	.000
	Residual	131.187	86	1.525		
	Total	449.789	89			

a. Predictors: (Constant), keberagaman produk, kualitas pelayanan, store atmosphere

b. Dependent Variable: minat beli

Dari tabel 4.14 hasil Tes F bisa dilihat poin signifikansi senilai 0.000 kurang dari 0,05. Dengan demikian variabel keberagaman produk, mutu pelayanan dan *store atmosphere* dengan simultan berdampak pada variabel minat beli.

Uji t

Tabel 4.15 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.078	1.003		1.075	.285
store atmosphere	.437	.101	.455	4.332	.000
kualitas pelayanan	.172	.054	.249	3.154	.002
keberagaman produk	.213	.098	.228	2.171	.033

a. Dependent Variable: minat beli

Dari tabel 4.15 hasil tes bisa dilihat bahwasanya :

- Variabel store atmosphere mempunyai besar signifikansi senilai $0.000 < 0,05$, maka bisa disimpulkan bahwasanya store atmosphere berdampak signifikan pada minat beli.
- Variabel kualitas layanan mempunyai skor signifikansi senilai $0.002 < 0,05$ jadi bisa disimpulkan bahwasanya mutu layanan berdampak signifikan pada minat beli.
- Variabel keberagaman produk mempunyai skor signifikansi senilai $0.033 < 0,05$ maka bisa disimpulkan bahwasanya keberagaman produk berdampak signifikan pada minat beli

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.842 ^a	.708	.698	1.235	2.125

a. Predictors: (Constant), keberagaman produk, kualitas pelayanan, store atmosphere

b. Dependent Variable: minat beli

Berdasarkan tabel 4.16 memperlihatkan bahwasanya Skor *Adjusted R²* senilai 0,698 atau 69,8% yang berarti variabel dependen (minat beli) bisa dijabarkan oleh variabel independen (*store atmosphere*, mutu layanan dan keberagaman produk) senilai 69,8% dan 30,2% lainnya dijabarkan oleh variabel yang tak dikaji.

Implikasi Hasil Penelitian

Dampak keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* secara simultan pada minat beli pelanggan

Dari hasil itu bisa dijabarkan bahwasanya minimarket X-Drass mempunyai konsumen yang memutuskan untuk berbelanja di minimarket X-Drass sebab memperoleh informasi dari orang lain yang juga sebelumnya sudah membeli di minimarket X-Drass, disamping itu minat konsumen untuk membeli di minimarket X-Drass juga didukung dengan desain toko yang sangat menarik sehingga suasana toko menjadi sangat nyaman bagi konsumennya serta di minimarket X-Drass juga mempunyai produk yang sangat beragam mulai dari jenis dan ukuran setiap produknya. Pelayanan dari minimarket X-Drass sangat bertanggung jawab pada konsumen jika terkendala dalam berbelanja atau ketika terjadi masalah ketiga hal tersebut banyak konsumen yang berminat membeli di minimarket X-Drass..

Dampak *store atmosphere* pada minat beli pelanggan

Dari hasil itu bisa berarti bahwasanya suasana toko menjadi salah satu aspek dalam memberikan kenyamanan berbelanja untuk para konsumennya dan minimarket X-Drass mempunyai desain toko yang sangat menarik untuk membuat konsumen berhasil berminat membeli produk di minimarket X-Drass.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen

Dari hal itu bisa ditarik kesimpulan bahwasanya minimarket X-Drass mempunyai karyawan yang bertanggung jawab atas keluhan konsumen dalam memilih produk maupun ketika terkendala dalam berbelanja, hal ini membuat konsumen merasa terbantu dalam berbelanja di minimarket X-Drass sehingga nantinya timbul minat untuk membeli di minimarket X-Drass.

Pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan hal itu bisa disimpulkan bahwasanya suatu toko jika memiliki banyak pilihan produk yang dijual maka konsumen tertarik untuk membelinya salah satunya minimarket X-Drass ini juga memiliki banyak sekali pilihan produk dan berbagai ukuran.

Simpulan

- Store atmosphere*, kualitas pelayanan dan keberagaman produk berdampak dengan simultan pada minat beli pelanggan pada marketplace Shopee.
- Store atmosphere* berdampak drastis dan positif pada minat beli pelanggan di marketplace Shopee.
- Mutu layanan berdampak drastis dan positif pada minat beli pelanggan di marketplace Shopee.
- Keragaman produk berdampak drastis dan positif pada minat beli konsumen di marketplace Shopee.

Keterbatasan

- Hanya memanfaatkan variabel *store atmosphere*, mutu layanan, keberagaman produk dan minat beli pada penelitian ini.
- Banyaknya partisipan yang diperoleh hanya 90 partisipan.

Saran

a. Untuk perusahaan

Minimarket X-Drass perlu menambah dan memnuhi kebutuhan para konsumennya agar semakin banyak konsumen yang berminat membeli di minimarket X-Drass.

b. Untuk peneliti berikutnya

1. Menambahkan variable-variabel lainnya.
2. Bisa meningkatkan jumlah partisipan dan hasil penelitian diperoleh lebih maksimal

Daftar Pustaka

- Ramadhan, suhadi, (2016) *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Kudus
- Katarika, Syahputra, (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop di Bandung*. Universitas Telkom, Jurnal Ecodemica Vol. 1 No. 2 September 2017.
- Arif. ZA. (2018). Pengaruh Keberagaman Produk, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Pabean Surabaya. Universitas Narotama Surabaya.
- Andi, Rifki Nugroho (2013). *Analisis factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan sistem pre-order secara online. (studi kasus pada online shop chopper jersey)* Skripsi UNDIP.
- M.Ma'ruf Amin (2014:204), *Uraian Teoritis, Manajemen Pemasaran*. <https://pustaka.pancabudi.ac.id>
- Agung Fajar Ramadhan Suhadi (2016). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group Kudus*. Jurnal Bisnis, Vol.4 No.2. hlm.186-204
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta:Salemba empat
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

Febtahadul Imam *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M. Ridwan Basalamah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Aleria Irma Hatneny ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma