

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 188-194

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PELANGGAN PADA STARBUCKS CABANG MARELAN KOTA MEDAN

Oleh:

Satria Mirsya Affandy Nasution¹, Herizal Andri²

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : satriamirsya@umsu.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Store Atmosfir, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Berkunjung Pelanggan Starbucks Cabang Marelan Kota Medan baik secara parsial maupun simultan. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Store Atmospheric terhadap Minat Berkunjung Pelanggan Starbucks Cabang Marelan Kota Medan. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Minat Kunjungan Pelanggan Starbucks Cabang Marelan Kota Medan. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Minat Berkunjung Pelanggan Starbucks Cabang Marelan Kota Medan. Secara simultan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Store Atmospheric, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Berkunjung Pelanggan Starbucks Cabang Marelan Kota Medan..

Kata Kunci : Suasana Toko, Harga, Kualitas Produk, Minat Berkunjung

PENDAHULUAN

Minat berkunjung merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain atau pada objek lain. Minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain atau pada objek lain. Minat merupakan salah satu sumber motivasi seseorang untuk melakukan kegiatan yang disukai yang akan berdampak terhadap peningkatan pangsa pasar (Rendaldo, 2022). *Store Atmosphere* merupakan karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan image (kesan) toko dan menarik konsumen. *Store Atmosphere* merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. Suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian (Daulay et al., 2020). Harga menentukan keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa, harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan para konsumen. Harga adalah salah satu atribut penting yang dievaluasi konsumen, sehingga perusahaan harus benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen (Andriani & Nasution, 2023).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen untuk menentukan pemilihan produk perusahaan. Produk yang ditawarkan perusahaan harus teruji dengan baik dan memenuhi standar minimal sesuai ketentuan. Pada dasarnya, konsumen lebih menyukai produk yang memiliki kualitas baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Astuti et al., 2023). Berdasarkan beberapa uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 188-194

METODE PENELITIAN

Data yang diambil sebagian besar berasal dari survei yang dilakukan dengan menggunakan media kuesioner yang disebar kemudian dievaluasi menggunakan Skala Likert. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah Masyarakat Marelان yang Berkunjung di Starbucks Cabang Marelان Kota Medan. Alasan penulis memilih Masyarakat Marelان yang sebagai pelanggan yang Berkunjung di Starbucks Cabang Marelان Kota Medan karena penulis memiliki keyakinan bahwa masyarakat sudah banyak dikunjungi oleh masyarakat Marelان. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *aksidental sampling*, sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012). Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 masyarakat Marelان yang Berkunjung di Starbucks Cabang Marelان Kota Medan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

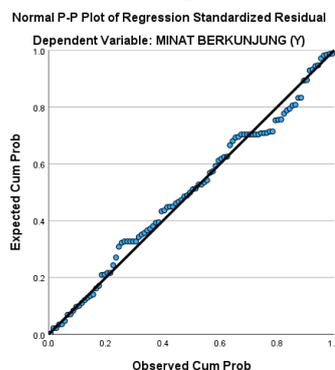
Analisis Data

Dari hasil pengujian validitas pada tabel diatas, kuesioner yang berisi dari 4 variabel ini ada 35 kuesioner yang telah diisi oleh responden pada penelitian ini. Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, yaitu dengan mencari tau r tabelnya terlebih dahulu. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang artinya semua kuesioner diatas dinyatakan valid, Semua kuesioner dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih dari r_{tabel} , dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dari ketiga variabel layak untuk digunakan sebagai instrumen pada penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Berdasarkan gambar 1 *normal probability plots* terlihat bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, Sehingga dapat disimpulkan bahwa residu terdistribusi secara normal dan model regresi. Jadi, syarat normalitas sudah terpenuhi.



Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Gambar 1 Uji Normalitas

Uji Multikolinearitas

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 188-194

Berdasarkan tabel 1. menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance ≥ 0.10 yang berarti bahwa tidak adanya korelasi diantara variabel independen. Dalam hasil perhitungan VIF juga dapat menunjukkan hal yang paling sama, dimana masing-masing variabel nilai independen dapat memiliki nilai VIF ≤ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas.

Coefficients^a

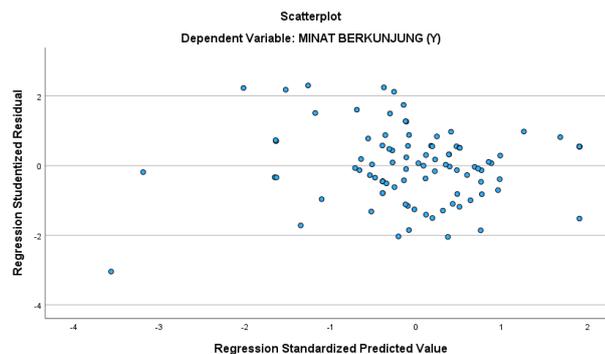
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 13.023 | 2.927 | | 4.449 | <.001 | | |
| | STORE ATMOSPHERE (X1) | .262 | .106 | .221 | 2.463 | .016 | .528 | 1.894 |
| | HARGA (X2) | .313 | .114 | .276 | 2.741 | .007 | .421 | 2.373 |
| | KUALITAS PRODUK (X3) | .435 | .095 | .393 | 4.562 | <.001 | .576 | 1.737 |

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2. diatas dapat dilihat bahwa titik-titik acak (random), baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak menunjukkan pola atau bentuk tertentu. Maka asumsi untuk uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dapat digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Regresi Linier Sederhana

Model regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

Tabel 2. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 13.023 | 2.927 | | 4.449 | <.001 | | |
| | STORE ATMOSPHERE (X1) | .262 | .106 | .221 | 2.463 | .016 | .528 | 1.894 |
| | HARGA (X2) | .313 | .114 | .276 | 2.741 | .007 | .421 | 2.373 |
| | KUALITAS PRODUK (X3) | .435 | .095 | .393 | 4.562 | <.001 | .576 | 1.737 |

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG (Y)

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 188-194

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berikut penjelasan mengenai hasil persamaan regresi dapat implementasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 13.023 menunjukkan *Store Atmosphere*, Harga Dan Kualitas Produk dalam keadaan tetap dimana tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol, maka Minat Berkunjung memiliki nilai 13.023.
- Nilai koefisien *Store Atmosphere* sebesar 0.252 dengan arah positif menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan Minat Berkunjung sebesar 0.252 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.
- Nilai koefisien Harga sebesar 0.313 dengan arah positif menunjukkan bahwa Harga mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan Minat Berkunjung sebesar 0.313 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.
- Nilai koefisien Kualitas Produk sebesar 0.435 dengan arah positif menunjukkan bahwa Kualitas Produk mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan Minat Berkunjung sebesar 0.435 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil output SPSS 29 maka hasil uji t dapat dilihat pada tabel 3. dibawah ini :

| | | Coefficients ^a | | | | | | |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 13.023 | 2.927 | | 4.449 | <.001 | | |
| | STORE ATMOSPHERE (X1) | .262 | .106 | .221 | 2.463 | .016 | .528 | 1.894 |
| | HARGA (X2) | .313 | .114 | .276 | 2.741 | .007 | .421 | 2.373 |
| | KUALITAS PRODUK (X3) | .435 | .095 | .393 | 4.562 | <.001 | .576 | 1.737 |

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Berkunjung, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel *Store Atmosphere* adalah 2.463 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.664. Variabel *Store Atmosphere* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.463 > 1.664$) dengan angka signifikan $0.016 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap Minat Berkunjung.

Pengaruh Harga Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Harga Terhadap Minat Berkunjung, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Harga adalah 2.741 dan t_{tabel} dengan α

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 188-194

= 5% sebesar 1.664. Variabel Harga memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.741 > 1.664$) dengan angka signifikan $0.007 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Minat Berkunjung.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 4.562 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.664. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4.562 > 1.664$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Minat Berkunjung.

Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independent yaitu *Store Atmosphere*, Harga Dan Kualitas Produk secara simultan terhadap variabel dependent yaitu Minat Berkunjung.

Berdasarkan hasil output SPSS maka hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 | Regression | 1222.896 | 3 | 407.632 | 46.164 | <.001 ^b |
| | Residual | 847.694 | 96 | 8.830 | | |
| | Total | 2070.590 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG (Y)

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK (X3), STORE ATMOSPHERE (X1), HARGA (X2)

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai F_{hitung} (46.164) $>$ F_{tabel} ($2,70$) dengan tingkat signifikansi 0.001. Hal ini menunjukan bahwa secara serempak yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan *Store Atmosphere*, Harga Dan Kualitas Produk secara bersama sama terhadap Minat Berkunjung.

Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Menurut (Sugiyono, 2012) koefisien determinasi pada intinya mengatur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen.cara lain untuk melihat kesesuaian modeln regresi linear yaitu dengan mengukur kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas (X) dalam memprediksi nilai Y.

Berdasarkan hasil output SPSS, maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 188-194

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .769 ^a | .591 | .578 | 2.972 | 1.865 |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK (X3), STORE ATMOSPHERE (X1), HARGA (X2)

b. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berdasarkan tabel 5. diatas dapat dilihat bahwa nilai $R=0,769$ untuk hubungan antar variabel dan Adjusted R Square= $0,769$ berarti $76,9\%$ menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu *Store Atmosphere*, Harga Dan Kualitas Produk dalam menjelaskan variabel dependen yaitu Minat Berkunjung adalah sebesar $76,9\%$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Minat Berkunjung dipengaruhi oleh *Store Atmosphere*, Harga Dan Kualitas Produk dalam menjelaskan Minat Berkunjung sebesar $76,9\%$, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 76,9\% = 25,1\%)$ yang telah dipengaruhi oleh faktor lain yang belum mampu menjelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Berkunjung Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Berkunjung, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel *Store Atmosphere* adalah 2.463 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.664 . Variabel *Store Atmosphere* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.463 > 1.664$) dengan angka signifikan $0.016 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh positif dan signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap Minat Berkunjung.

Pengaruh Harga Terhadap Minat Berkunjung Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Harga Terhadap Minat Berkunjung, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Harga adalah 2.741 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.664 . Variabel Harga memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.741 > 1.664$) dengan angka signifikan $0.007 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Minat Berkunjung.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 4.562 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.664 . Variabel Kualitas Produk memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4.562 > 1.664$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Minat Berkunjung.

Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung Pelanggan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 188-194

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai $F_{hitung} (46.164) > F_{tabel} (2,70)$ dengan tingkat signifikansi 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa secara serempak yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan *Store Atmosphere*, Harga Dan Kualitas Produk secara bersama sama terhadap Minat Berkunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut : Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap Minat Berkunjung Pelanggan Pada Starbucks Cabang Marelan Kota Medan. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Minat Berkunjung Pelanggan Pada Starbucks Cabang Marelan Kota Medan. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Minat Berkunjung Pelanggan Pada Starbucks Cabang Marelan Kota Medan. Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan antara *Store Atmosphere*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung Pelanggan Pada Starbucks Cabang Marelan Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Z., & Nasution, S. M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Di Tiktokshop Padapengguna Aplikasi Tiktok. *Bursa : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 2 (2). 209-220.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Jurnal Akuntansi, Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204-219.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1), 1-14.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). Metode Penelitian Bisnis : Konsep & Aplikasi.
- Renaldo, K., (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Kedelai Misoya Di PT. Sari Sarana Kimiatama Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid-19. *JUBIS*, 3(1). 92-111.