

Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui *Strategi Store Atmosphere* Alfamart Wangun Sindangsari 2 Menggunakan Metode *Importance* *Performance Analysis (IPA)*

Alicia Nurfitriani¹, Cindy Amelia², Gita Indah Cahyani³, Muhamad Rizki Ramdhani⁴,
Siti Fadila⁵

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Djuanda Bogor

email : c.2210700@unida.ac.id¹, c.2210090@unida.ac.id², c.2210926@unida.ac.id³,
c.2210532@unida.ac.id⁴, c.2210402@unida.ac.id⁵

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan menganalisis pengaruh store atmosfer terhadap keputusan pembelian pelanggan Alfamart Wangun Sindangsari 2. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 55 konsumen yang membeli Alfamart Wangun Sindangsari 2. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data yang dievaluasi menurut skala Porpositive dengan menggunakan teknik sampling dalam penelitian ini. Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 25, variabel store atmosfer mempunyai pengaruh yang besar yaitu sebesar 62,1%. Artinya suasana toko mempunyai pengaruh yang besar dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dan meningkatkan kesadaran merek. Menurut hasil IPA, 9 komponen yang paling signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Alfamart Wangun Sindangsari 2. Adalah bagian dari (P13) suar/musik yang ada di dalam toko terdengar tenang (tidak berisik), (P16) kursi yang ada di ruang sudah cukup untuk menampung seluruh konsumen yang datang, (P17) lajur di setiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk berlalu lalang, (P18) akses ke toilet yang mudah, (P21) dekorasi dinding toko tidak terasa terlalu panas maupun terlalu dingin, (P22) dekorasi dinding yang ada terlihat indah.

Kata Kunci: Alfamart, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian, *Importance Performance Analysis (IPA)*

ABSTRACT

The aim of this research is to evaluate and analyze the influence of store atmosphere on customer purchasing decisions of Alfamart Wangun Sindangsari 2. The research was conducted by distributing questionnaires to 55 consumers who purchased Alfamart Wangun Sindangsari 2. The questionnaire was used to collect data which was evaluated according to a Porpositive scale using deep sampling techniques. this research. The results obtained are based on multiple regression analysis using SPSS 25, the store atmosphere variable has a large influence, namely 62.1%. This means that the atmosphere of the store has a large and significant influence on consumer purchasing decisions and increases brand awareness. According to the IPA results, the 9 components that most significantly influence purchasing

decisions at Alfamart Wangun Sindangsari 2. are part of (P13) the sound/music in the shop sounds calm (not noisy), (P16) the chairs in the room are sufficient to accommodate all consumers who come, (P17) the lanes in each room feel wide and enough to pass by, (P18) easy access to the toilet, (P21) the shop wall decorations do not feel too hot or too cold, (P22) existing wall decorations looks beautiful.

Keywords : *Alfamart, Store Atmosphere, Purchasing Decisions, Importance Performance Analysis (IPA)*

PENDAHULUAN

Era persaingan bisnis yang semakin sempit, kemampuan menganalisis serta meningkatkan kinerja organisasi yang efektif menjadi hal yang sangat krusial. salah satu alat yang digunakan untuk memahami serta mengoptimalkan kinerja perusahaan adalah Important Performance Analysis (IPA). Important Performance Analysis membantu perusahaan mengidentifikasi bidang-bidang primer yang memerlukan perhatian spesifik dan pembagian sumber daya yang sesuai untuk mencapai tujuan strategis.

Di tengah banyaknya persaingan dan perubahan permintaan konsumen, Alfamart, salah satu pedagang terbesar di Indonesia, menghadapi tantangan besar dalam meningkatkan dan mempertahankan kinerja operasional. Analisis menyeluruh terhadap kinerja Alfamart penting untuk memastikan kelancaran bisnis dan mendorong pertumbuhan jangka panjang.

Tujuan analisis key performance Alfamart adalah untuk menemukan dan mengevaluasi komponen-komponen penting yang mempengaruhi kinerja bisnis dari segi finansial, konsumen, prosedur internal, pembelajaran dan pertumbuhan. Dengan menggunakan metode ini, Alfamart dapat lebih fokus pada penetapan prioritas strategi, mengoptimalkan operasional, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Metode ini memungkinkan Alfamart untuk mengidentifikasi bidang-bidang yang memengaruhi keberhasilan bisnis dan mengembangkan strategi yang berguna untuk meningkatkan kinerja di bidang-bidang tersebut. Melalui analisis yang menyeluruh dan berkelanjutan, Alfamart dapat mengarahkan sumber daya dan upayanya ke bidang-bidang yang benar-benar penting dan membantu mencapai tujuan jangka panjang. Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa bisnis dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, tumbuh di pasar yang relatif dinamis, dan bersaing secara efektif, Alfamart menggunakan Important Performance Analysis untuk melakukan analisis masalah.

Berman dan Evans (2018), atmosfir toko merupakan ciri fisik suatu toko yang dapat menyampaikan citra atau kesan serta menarik pelanggan. Empat. komponen yang membentuk Store Atmosphere: General Exterior, Interior, Store Layout dan Interior Display. Perencanaan yang tepat diperlukan untuk membuat suasana toko yang mendukung. Desain depan toko, pintu dan sirkulasi pengunjung dari jalan masuk..

Satrya & Telagawati (2021) menemukan bahwa store atmosphere yang direncanakan secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan dan secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, tidak peduli seberapa kecil ketidakpuasannya, akan berdampak dan harus segera diperbaiki . Ketidakpuasan pelanggan dapat mengurangi penjualan., kehilangan pelanggan, dan reputasi perusahaan, menurut Kotler dan Keller (2018).

KAJIAN PUSTAKA

Analisis masalah adalah langkah penting dalam manajemen yang digunakan untuk mengidentifikasi, memahami, dan menyelesaikan masalah yang menghalangi perusahaan mencapai tujuannya. Important Performance Analysis (IPA) adalah metode analisis masalah yang membantu organisasi mengidentifikasi area kritis yang memerlukan sumber daya dan perhatian untuk meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Dalam kasus Alfamart yang terletak di Jl. Raya Wangun No. KM, RT/RW 01/02, Sindangsari, Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor, Jawa Barat, penerapan IPA dapat memberikan wawasan menyeluruh tentang elemen-elemen operasional yang perlu diperbaiki.

Kualitas layanan, efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan kinerja finansial adalah beberapa elemen penting yang dinilai dalam Important Performance Analysis (IPA). Martilla dan James (1977) Important Performance Analysis menggabungkan dua dimensi utama: kepentingan (pentingnya) dan kinerja (kinerja), yang memungkinkan organisasi untuk menentukan prioritas perbaikan. Mereka mengembangkan kerangka kerja IPA yang digunakan untuk menganalisis kinerja layanan dengan menilai persepsi pelanggan terhadap kepentingan dan kinerja atribut layanan. Metode seperti ini membantu dalam menentukan area yang perlu diperbaiki segera.

Implementasi IPA di Alfamart Jl. Raya Wangun, Bogor Timur Sebagai salah satu ritel terkemuka di Indonesia, ada beberapa tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja operasionalnya. Hal ini terutama berlaku di lokasi Alfamart Jl. Raya Wangun, Bogor Timur. IPA dapat digunakan untuk menganalisis beberapa elemen penting, seperti:

1. Kepuasan Pelanggan

Alfamart dapat menggunakan IPA untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan, seperti kualitas produk, harga, ketersediaan barang, dan layanan pelanggan. Ini akan memungkinkan Alfamart untuk menentukan aspek mana yang paling penting bagi pelanggan dan kinerjanya saat ini..

2. Efisiensi Operasional

Analisis efisiensi operasional meliputi tata letak toko, kecepatan layanan, dan manajemen inventaris. IPA membantu menemukan area yang kurang efektif dan perlu diperbaiki.

3. Kinerja Keuangan

Menilai penjualan, keuntungan margin, dan biaya operasional. IPA dapat digunakan untuk menemukan komponen yang memengaruhi kinerja keuangan dan untuk menentukan prioritas perbaikan.

4. Proses Bisnis Internal melibatkan seberapa efektif proses bisnis internal seperti logistik, persediaan stok, dan manajemen rantai pasokan. IPA membantu Alfamart menemukan prosedur yang harus dioptimalkan untuk meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Store atmosphere,

Store atmosphere juga dikenal sebagai suasana toko, adalah faktor penting dalam membuat keputusan pembelian. Jika toko memiliki suasana yang nyaman, pelanggan mungkin lebih tertarik untuk membeli jasa atau barang yang ditawarkan dan akhirnya melakukan pembelian.

Berman dan Evan (2018:464) menggunakan istilah "atmosfir" untuk menggambarkan atribut Toko fisik digunakan untuk menciptakan kesan pertama dan membangkitkan minat pelanggan. Levy dan Weitz (2014:507), suasana merupakan ekspresi yang mengacu pada lingkungan yang dirangsang oleh panca indera.

Elemen atmosfer suatu toko dapat menunjukkan jenis suasana yang ingin diciptakan oleh toko tersebut. Menurut Berman dan Evans (2018), suasana toko memiliki empat elemen yaitu exterior, general interior, store layout dan interior display.

a) Exterior

Berman dan Evan (2018:465), desain eksterior toko harus direncanakan dengan cermat karena memiliki dampak signifikan terhadap citra merek. Klien pertama kali melihat bagian luar. Eksterior toko harus dirancang dengan cara yang menarik perhatian pelanggan.

b) General Interior

General interior secara umum harus dibuat agar pelanggan dapat dengan mudah menemukan penawaran tertentu dan menarik perhatian.

c) Store Layout

Untuk mempermudah pelanggan dalam berbelanja, tata store layout yang tepat atau tata letak toko dapat membantu. Mengatur tata letak toko memerlukan perencanaan yang baik, termasuk mengklasifikasikan produk, mengatur pola lalu lintas, menentukan kebutuhan ruang toko, mengatur lokasi dan mengatur produk secara spesifik.

d) Interior Display

Tampilan di dalam toko dapat memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Mereka dapat memberikan penempatan produk atau promosi yang sesuai, menarik pelanggan untuk melakukan pembelian yang tidak terduga, memfasilitasi pesan perusahaan, dan meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Pengaruh Atmosphere Store terhadap kepuasan pelanggan dan strategi Atmosphere Store pada toko Alfamart terletak di Jl. Raya Wangun No. KM, RT/RW 01/02, Sindangsari 2, Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor, Jawa Barat. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Sugiyono (2018, p. 14) menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan filsafat positivisme. Metode ini melibatkan penggunaan instrumen untuk mengumpulkan data dan melakukan analisis statistik pada data yang dikumpulkan. Studi ini melibatkan 55 subjek yang dikirim melalui kuisioner Google Form.

Metode Impance Performance Analysis (IPA) pertama kali digunakan oleh Martila dan Jaime pada tahun 1977. Metode ini menunjukkan skor tingkat kinerja dan sumbu vertikal (Y) mewakili tingkat tersebut. IPA diterima secara luas dan digunakan di banyak bidang penelitian karena kemudahan penggunaan dan kemampuannya menampilkan hasil analisis, sehingga memudahkan penggunaan aplikasi peningkatan kinerja. Tujuan IPA adalah untuk memberikan

informasi mengenai komponen pelayanan yang secara signifikan mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan, dan kondisi saat ini belum memuaskan pelanggan, sehingga komponen pelayanan tersebut harus ditingkatkan.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif sebagai teknik analisis data untuk mengetahui pengaruh variabel lingkungan toko terhadap kepuasan pelanggan. Suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran obyektif mengenai suatu keadaan dengan menggunakan angka-angka, meliputi segala sesuatu mulai dari pengumpulan data, interpretasi hingga penampakan dan hasil (Arikunto, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik pelanggan Alfamart di Jl. Raya Wangun No. KM, RT/RW 01/02, Sindangsari 2, Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor, Jawa Barat menunjukkan bahwa mayoritas memiliki jenis kelamin perempuan, berusia 20-30 tahun, saat ini berstatus pelajar dan uang saku rata-rata Rp <800.000 perbulan.

Tanggapan Pelanggan Terhadap Tingkat Kepentingan Variabel *Store Atmosphere*.

Di bawah ini merupakan rekapitulasi tanggapan pelanggan terhadap tingkat kepentingan variabel *store atmosphere* :

Tabel 1.1 Karakteristik Pelanggan Alfamart

No	Karakteristik	Ciri – Ciri Konsumen	Jumlah Konsumen	Presentasi (%)
1	Jenis kelamin	Laki-laki	23	42%
		Perempuan	32	58%

2	Usia	<20 Tahun	23	42%
		20-30 Tahun	32	58%
3	Pekerjaan	Bantu ibu	1	2%
		HL	1	2%
		Karyawan	13	24%
		Mahasiswa	32	58%
		Pelajar	3	5%
		Pengacara	3	2%
4	Pendapatan	<800.000	25	45%
		800.000-1.500.000	3	5%
		1.500.000-2.200.000	2	4%
		2.200.000-2.900.000	7	13%
		2.900.00-3.600.000	6	11%
		3.600.000-4.300.000	1	2%
		4.300.000-5000.000	5	9%
		>5000.000	6	11%

Sumber : Data Diolah, 2023

Hasil yang diperoleh dari tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas pelanggan pada Alfamart Sindangsari 2 berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 21-30 Tahun, memiliki profesi sebagai karyawan dengan pendapatan < Rp 800.000 serta pendidikan terakhir SMA/SMK.

Regresi Linear Berganda

Tabel 1.2 Uji R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	0,621	0,591	1,321
a. Predictors : (Constant), Interior Display (X4), Exterior (X1), General Interior (X2), Store Layout (X3)				

Sumber : Data Diolah SPSS, 2024

Penjelasan tabel :

- **R** : Kolom ini menampilkan nilai koefisien determinan (R). Nilai R untuk Model 1 adalah 0,788. Nilai R yang semakin tinggi menunjukkan semakin kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa telah muncul hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen.
- **R Square** : Kolom ini menampilkan nilai koefisien determinan (R Square). Nilai R Square untuk model 1 adalah 0,621, yang menunjukkan bahwa proporsi variabilitas variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa 62,1% dari variabilitas variabel dependen disebabkan oleh variabel independen.
- **Adjust R Square** : Kolom ini menunjukkan nilai koefisien determinan yang disesuaikan (Square R yang disesuaikan). Nilai R-squared yang disesuaikan dengan banyaknya variabel independen dalam model disebut nilai Adjusted R-squared. Ini lebih baik digunakan daripada nilai R Square secara keseluruhan, terutama ketika model regresi memiliki banyak variabel independen. Tabel ini menunjukkan nilai Adjusted R Square.
- **Std. Error Of The Estimate** : Di kolom ini, Anda dapat melihat kesalahan standar estimasi, yaitu. nilai Std. Error Of The Estimate, yang menunjukkan rata-rata kesalahan perkiraan model. Pada model 1 nilai SStd. Kesalahan peringkatnya adalah 1321.

Interprestasi Tabel

Terlihat pada tabel inferensi model dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, variabel independen

bertanggung jawab atas 62,1% dari variabilitas variabel dependen. Selain itu, model regresi memiliki tingkat ketepatan yang cukup tinggi.

Tabel 1.3 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.635	1.996		1.320	0.193
	Exterior (X1)	0.214	0.116	1.850	3.859	0.070
	General Interior (X2)	-0.279	0.135	-0.345	-2.064	0.044
	Store Layout (X3)	-0.101	0.101	-0.125	-0.999	0.322
	Interior Display (X4)	0.670	0.127	0.894	5.265	0.000

a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data Diolah SPSS, 2024

Penjelasan tabel :

- **Koefisien:** Koefisien regresi ditampilkan pada kolom ini. Lima koefisien regresi ditunjukkan dalam tabel ini: (Konstan), *Eksterior (X1)*, *General Interior (X2)*, *Store Layout (X3)*, dan *Interior Display (X4)*
- **Nilai:** Pada kolom ini, kita dapat melihat nilai koefisien regresi yang menunjukkan perubahan variabel keterikatan (Y) untuk setiap unit perubahan variabel bebas (X). Dalam tabel ini, nilai koefisien regresi untuk Variabel Luar (X1) adalah 0,214, yang menunjukkan bahwa untuk setiap satuan peningkatan Variabel Luar (X1), variabel terikat (Y) akan meningkat 0,214 satuan..
- **Std. Error:** Kolom ini menunjukkan nilai standar galat koefisien regresi. Nilai standar galat koefisien regresi menunjukkan tingkat variabilitas koefisien regresi. Dalam tabel ini, nilai standar galat koefisien regresi untuk *Exterior (X1)*

adalah 0.116, yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk *Exterior* (X1) dapat berkisar antara 0.098 dan 0.330 dengan tingkat kepercayaan 95%.

- **Beta:** Kolom ini menunjukkan nilai beta koefisien regresi. Nilai beta koefisien regresi menunjukkan perubahan variabel terikat (Y) dalam satuan standar untuk setiap unit perubahan variabel bebas (X). Dalam tabel ini, nilai beta koefisien regresi untuk *Exterior* (X1) adalah 1.850, yang menunjukkan bahwa untuk setiap unit peningkatan *Exterior* (X1) dalam satuan standar, variabel terikat (Y) akan meningkat 1.850 unit standar.
- **t:** Kolom ini menunjukkan nilai statistik t. Statistik t digunakan untuk menguji signifikansi statistik koefisien regresi. Dalam tabel ini, nilai statistik t untuk *Exterior* (X1) adalah 3.859, yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk *Exterior* (X1) secara statistik signifikan dengan tingkat kepercayaan 95%.
- **Sig:** Kolom ini menunjukkan nilai p-value. P-value digunakan untuk menentukan apakah nilai koefisien regresi secara statistik signifikan. Dalam tabel ini, nilai pvalue untuk *Exterior* (X1) adalah 0.070, yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk *Exterior* (X1) secara statistik signifikan dengan tingkat kepercayaan 95%.

Interprestasi tabel

Berdasarkan tabel regresi di atas maka bis disimpulkan bahwa :

- *Exterior* (X1) dan *Interior Display* (X4) mempunyai hubungan positif signifikan terhadap variabel dependen (Y). Artinya ketika tampilan eksternal (X1) atau internal (X4) meningkat maka variabel terikat (Y) juga meningkat.
- *General Interior* (X2) mempunyai hubungan negatif signifikan terhadap variabel terikat (Y). Artinya dengan bertambahnya interior total (X2), maka variabel terikat (Y) menurun.
- *Store Layout* (X3) tidak memiliki hubungan signifikan terhadap variabel dependen (Y). Artinya tidak cukup bukti bahwa persediaan (X3) mempengaruhi variabel terikat (Y).

Hasil Uji Validitas

Tabel 1.4 Hasil Uji Validitas

Interior (X1)			
Variabel	r^{hitung}	r^{tabel}	Keterangan
X1	0.506	0.2241	Valid
X2	0.608	0.2241	Valid
X3	0.478	0.2241	Valid
X4	0.575	0.2241	Valid
X5	0.756	0.2241	Valid
X6	0.536	0.2241	Valid
X7	0.507	0.2241	Valid
X8	0.506	0.2241	Valid
General Exterior (X2)			
Variabel	r^{hitung}	r^{tabel}	Keterangan
X1	0.646	0.2241	Valid
X2	0.663	0.2241	Valid
X3	0.480	0.2241	Valid
X4	0.550	0.2241	Valid
X5	0.687	0.2241	Valid
X6	0.764	0.2241	Valid
X7	0.385	0.2241	Valid
Store Layout (X3)			

Variabel	r ² hitung	r ² tabel	Keterangan
X1	0.637	0.2241	Valid
X2	0.704	0.2241	Valid
X3	0.705	0.2241	Valid
X4	0.642	0.2241	Valid
X5	0.683	0.2241	Valid
X6	0.753	0.2241	Valid
Interior Display (X4)			
Variabel	r ² hitung	r ² tabel	Keterangan
X1	0.577	0.2241	Valid
X2	0.710	0.2241	Valid
X3	0.678	0.2241	Valid
X4	0.742	0.2241	Valid
X5	0.729	0.2241	Valid

Sumber : Data Diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua faktor dianggap penting. Berdasarkan uraian tersebut, perkiraan harga lebih spesifik dibandingkan tabel R, dan nilai tabel R sebesar 0,2241.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reabilitas memiliki tujuan untuk menentukan konsistensi kuesioner jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner yang sama berkali-kali. Wiratna Sujerweni (2014), dasar uji realibilitas *Cronbach Alpha* jika nilai *Cronbach Alpha* >0,6, kuesioner dianggap reliabel.

Tabel 1.5 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
----------	-------------	------------

X1	0.823	reliabel
X2	0.834	reliabel
X3	0.863	reliabel
X4	0.876	reliabel
Y	0.801	reliabel

Sumber : Data Diolah, 2024

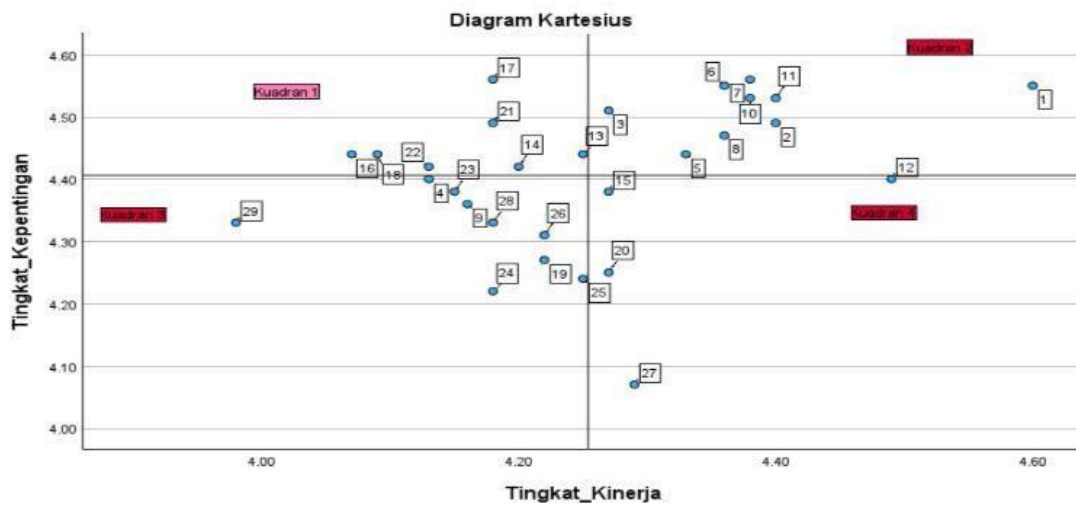
Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai absolut hasil SPSS setiap elemen Uji Reabilitas lebih besar dari nilai 0,6 sehingga diharapkan reliabel atau dapat diprediksi.

Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk menyebarkan kualitas barang atau jasa yang disediakan oleh suatu instansi atau organisasi, *Importance Performance Analysis* (IPA) bisa digunakan untuk mengevaluasi bagaimana hubungan antara realita yang didapat konsumen atau pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap peningkatan kualitas barang atau jasa. Teknik (IPA) digunakan untuk menganalisis kepentingan dan kinerja pernyataan variabel *exterior, general interior, store layout* di Alfamart Wangun Sindangsari 2. Diagram yang menggambarkan keempat karakteristik setiap pertanyaan digunakan untuk proses pengambilan

keputusan

ilmiah



Gambar 1. Diagram Kartesius

Sumber : Data Diolah, 2023

Keterangan :

- P1 Papan nama bisnis terlihat dengan jelas.
- P2 Papan nama bisnis mempunyai konsep yang menarik.
- P3 Pintu yang ada cukup lebar untuk berlari.
- P4 Bangunan yang terlihat bagus dari daratan.
- P5 Desain ekterior toko menarik.
- P6 Suasana lingkungan di sekitar toko nyaman.
- P7 Tersedia parkir yang cukup luas untuk mobil pelanggan .
- P8 Bersihnya cat dinding di toko.
- P9 Cat dinding di toko menarik.
- P10 Penerangan di dalam toko sudah cukup terang.
- P11 Wangi di toko terasa segar.
- P12 Wilayah dalam toko bersih.

- P13 Suara dan musik dalam toko terdengar adem (tidak berisik).
- P14 Suhu udara di toko stabil maupun terlalu rendah.
- P15 Area setiap ruangan dalam toko terasa luas.
- P16 Kursi di ruang tunggu cukup untuk menampung semua pelanggan yang datang.
- P17 Jalur di setiap ruangan cukup lebar untuk dilewati.
- P18 Menuju ke toilet mudah.
- P19 Pembatas toilet sudah memberikan privasi.
- P20 Spanduk promosi yang sudah memberikan informasi yang cukup.
- P21 Hiasan dinding terlihat menarik.
- P22 Hiasan dinding terlihat indah.
- P23 Buku Pilihan Produk sudah memiliki cukup informasi.
- P24 Buku Pilihan Produk sudah memiliki desain yang menarik.
- P25 Pemberitahuan saat ini sudah jelas.
- P26 Saya benar-benar yakin untuk melakukan pembelian di Alfamart ini.
- P27 Saya merasa kebutuhan yang saya perlukan tersedia di Alfamart ini.
- P28 Saya kerap melakukan pembelian kebutuhan di Alfamart.
- P29 Saya melakukan pembelian kebutuhan di Alfamart secara teratur.

Berikut hasil rangkuman masing-masing fitur berdasarkan hasil analisis tingkat kepentingannya (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang di kategorikan untuk setiap kuadran analisis (IPA).

No	Kuadran 1
P13	Suara dan musik dalam toko terdengar tenang (tidak berisik)
P16	Kursi di ruang tunggu cukup untuk menampung semua pelanggan yang datang
P17	Jalur di setiap ruangan cukup lebar untuk dilewati.

P18	Akses ke toilet yang mudah
P21	Hiasan dinding terlihat menarik
P14	Suhu udara di toko stabil maupun terlalu rendah.
P22	Hiasan dinding yang terlihat indah

No	Kuadran 2
P1	Papan nama bisnis terlihat dengan jelas
P2	Papan nama bisnis mempunyai konsep yang menarik.
P3	Pintu yang ada cukup lebar untuk berlari.
P5	Desain eksterior toko terlihat menarik
P6	Suasana lingkungan di sekitar toko nyaman
P7	Tersedia parkir yang cukup luas untuk mobil pelanggan
P8	Bersihnya cat dinding di dalam toko
P10	Penerangan di dalam toko sudah cukup terang
P11	Wangi dalam toko terasa segar

No	Kuadran 3
P4	Bangunan terlihat mewah dari daratan
P9	Warna cat dinding di dalam toko menarik
P19	Dinding pembatas toilet sudah memberikan privasi
P23	Buku Pilihan Produk sudah memiliki cukup informasi.
P24	Buku Pilihan Produk sudah memiliki desain yang menarik.
P25	Tanda atau petunjuk yang ada sudah terlihat dengan jelas
P26	Saya benar-benar yakin untuk melakukan pembelian di Alfamart
P29	Saya melakukan pembelian kebutuhan di Alfamart secara teratur
P28	Saya kerap melakukan pembelian kebutuhan di Alfamart

No	Kuadran 4
P12	Area dalam toko bersih
P15	Area setiap ruangan dalam toko terasa luas
P20	Spanduk promosi yang sudah memberikan informasi yang cukup
P27	Saya merasa kebutuhan yang saya perlukan tersedia di Alfamart ini

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan review pelanggan berdasarkan 29 atribut, 7 atribut berada pada kuadran 1, 9 atribut berada pada kuadran 2, 9 atribut berada pada kuadran 3, dan 4 atribut berada pada kuadran 4.

Terdapat beberapa atribut yang sangat penting, namun tingkat kinerjanya kurang memuaskan, yang menjadi perhatian Alfamart Wangun Sindangsari 2. Variabel dalam kuadran prioritas utama 1 dan 2 dievaluasi dengan baik oleh responden (pelanggan). Dalam kuadran 2, atribut ini responden menganggapnya penting dan kinerja konsumen tidak seperti yang diharapkan oleh pelanggan yang sering datang ke Alfamart Sindangsari 2.

Pembahasan Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah prinsip kompetitif pemasaran modern dalam teori dan praktik, Tjiptono dkk (2015). Menurut teori pemasaran, kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan organisasi pemasaran, baik korporasi maupun nirlaba. Setiap perusahaan harus berusaha mencari strategi untuk memenangkan persaingan perusahaannya, perusahaan harus memanfaatkan peluang yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Agar dapat memenangkan persaingan. Perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan adalah perusahaan yang unggul dalam persaingan di lingkungan bisnis mereka dan melakukan perubahan yang signifikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mereka. Loyalitas pelanggan menguntungkan perusahaan karena pelanggan yang setia bisa menunjukkan sikap dan perilaku juga memberikan rekomendasi yang baik (Tjahyadi, 2006). Perusahaan harus memiliki strategi, terutama dalam hal pemasaran, untuk mencapai tujuan meningkatkan hasil penjualan. Cara terbaik untuk meningkatkan penjualan adalah

mempertahankan loyalitas pelanggan atau meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjelasan di atas, kita tahu bahwa loyalitas dan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh suasana toko. Secara khusus, ini dapat digunakan sebagai ukuran yang dapat menunjukkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini mendorong penulis untuk menyelidiki pelaksanaan Store Atmosphere di Alfamart Wangun Sindangsari 2.

Strategi Store Atmosphere

Store Atmosphere suasana toko merupakan faktor krusial dalam pusat perbelanjaan yang menarik minat pengunjung dan memberikan kenyamanan saat berbelanja. Tata letak toko yang baik pasti akan menarik perhatian dan meninggalkan kesan positif maupun negatif terhadap mall tersebut. Putri dkk (2014), sebuah toko atau minimarket harus menciptakan suatu suasana yang direncanakan sesuai dengan target pasar mereka dan menarik pelanggan. Dengan demikian, "Suasana ini mencakup desain toko, fitur fisik, dan aktivitas pemasaran yang dirancang untuk menciptakan efek sensorik yang mempengaruhi citra toko." Kotler dkk (2015), "Atmosfer adalah suasana yang direncanakan dengan baik sesuai dengan target pasar untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian. "Suasana toko secara langsung mempengaruhi perasaan dan emosi konsumen, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian mereka."

Kepuasan Pelanggan

Perusahaan mengutamakan kepuasan pelanggan. Slogan seperti "pelanggan adalah raja" sangat umum. Kotler et al (2015) menyatakan bahwa "kepuasan adalah hasil membandingkan kinerja yang dirasakan suatu produk atau produk asli dengan harapan seseorang". Di sisi lain, Tjiptono dkk (2015) menyatakan bahwa "Kepuasan atau ketidakpuasan adalah reaksi pelanggan dalam mengevaluasi perbedaan antara harapan dan kinerja produk sebenarnya sebelum pembelian dan setelah penggunaan." Perasaan yang timbul dari penggunaan suatu produk atau jasa yang dikonsumsi bisa senang, puas atau kecewa. Hasilnya menentukan apakah pelanggan puas dengan produk atau tidak. Tjiptono dkk (2015): "Kepuasan pelanggan berasal dari rasa senang atau kecewa terhadap perbandingan kinerja produk atau hasil yang dirasakan" kesan positif atau negatif terhadap mal. Oleh karena itu, kepuasan konsumen sangat bergantung

pada bagaimana kinerja produk dibandingkan dengan harapan konsumen dan apakah konsumen merasakan adanya kesenjangan atau ketidaksesuaian antara kinerja produk dan harapan mereka. Kotler (2012), ukuran variabel yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan adalah:

1. Puas dengan pembelian
2. Menyukai pemilihan produk
3. merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain
4. Anda ingin tetap menggunakan produk yang sama
5. Lakukan pembelian lebih banyak

KESIMPULAN

1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh variabel iklim bisnis terhadap keputusan pembelian pelanggan Alfamart Wangun Sindangsari 2. Hasil yang di dapatkan dengan menggunakan analisis R Square menunjukkan bahwa nilai R Square, nilai R Square 62,1% memiliki pengaruh yang besar dan signifikan bagi pelanggan dalam melakukan Keputusan pembelian sisanya 37,9% di pengaruhi oleh faktor lain. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan Variabel interior (X1) dan Interior Display (X4) secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Alfamart Wangun Sindangsari 2. Sedangkan variabel lainnya yaitu Gernal Exterior (X2) dan Store Layout (X3) secara umum tidak mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan secara signifikan.
2. Hasil analisis dan diskusi menggunakan metode Importance Perfomance Analysis (IPA) dapat digunakan untuk menentukan penerapan strategi suasana toko pada Alfamart. tujuh atribut yang tercantum dalam kuadran I adalah : (P13), (P16), (P17), (P18), (P21), (P14), (P22) . Strategi yang sesuai dengan diagram IPA diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. StrStrategi ini melibatkan perbaikan terus-menerus untuk meningkatkan kinerja atribut di kuadran ini, menjaga agar atribut tersebut tetap berada di kuadran tersebut tanpa menurunkan kinerjanya,

mengevaluasi dan mempertimbangkan kembali peningkatan kinerja tanpa menghilangkan indikatornya, dan mengevaluasi semua aktivitas yang berlebihan.

3. Menurut hasil analisis Important Performance Analysis (IPA), Alfamart Wangun Sindangsari 2 memiliki tujuh hal utama dalam memberikan layanan konsumen di Alfamart. Ada sembilan kualitas layanan yang harus dipertahankan. Yaitu Suara dan musik dalam toko terdengar tenang (tidak berisik). Tersedia kursi yang cukup di ruang tunggu untuk semua pelanggan yang datang. Setiap ruangan tampak luas dan lebar bagi orang-orang. Hiasan dinding yang tampak menawan tidak terlalu hangat atau terlalu dingin.

SARAN

Dilihat dari nilai Importance Performance Analysis (IPA), masih ada pelanggan yang belum puas dengan kinerja Alfamart Wangun Sindangsari 2. Oleh karena itu, Alfamart Wangun Sindangsari 2 harus memutuskan untuk memperbaiki suasana tokonya agar lebih memanjakan pelanggan. Meningkatkan kinerja adalah salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebagaimana dinyatakan dalam penelitian ini, karyawan harus terus berupaya meningkatkan suasana toko. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Alfamart Wangun Sindangsari 2 harus memperbaiki fitur di Kuadran 1 (prioritas utama). di Kuadran 2 dan terus memastikan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, Alfamart Wangun Sindangsari 2 harus berfokus pada perbaikan atribut Kuadran 1 tetapi tidak mengabaikan atribut Kuadran 3 dan 4. Artinya atribut lainnya tetap diisi sesuai bobot dan tingkat kepentingannya untuk menghindari efek yang tidak diinginkan.

REFERENSI

- Abdul Gofur. 2019. "1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1):37–44.
- Anggraini, Lulu Dian, Panji Deoranto, and Dhita Morita Ikarari. 2015. "Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index." *Jurnal Industri* 4(2):74–81.
- Alfin MR, Nurdin S. Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang

- Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*. 2017;1(2):252-261. (12.4WIB)
- Ii BAB. 22160420 - NANDA - bab 2. Published online 2018:10-32. (13.00 WIB)
- Ilham S, Silaningsih E, Kartini T, Gemina D. Peningkatan Kepuasan Pelanggan. 2024;13(01):186-200.(13.00 WIB)
- Khasanah AF. Pengaruh Exterior, General Interior, Store Layout Dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian Di Trio Wonosobo. *J Econ Bus Eng*. 2020;1(2):300-310. doi:10.32500/jebe.v1i2.1225 (14.00 WIB)
- Luthman AY. Pengaruh Exterior, General Interior, Store Layout Dan Interior Display Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Agung Jaya Elektronik Di Tenggarong. *J Ekon Manaj Indones*. 2020;15(1):76-89. doi:10.53640/jemi.v15i1.39 (14.30 WIB)
- Novianti, Endri, and Darlius. 2018. "Manajemen, Jurnal Ilmiah Viii, Volume." *Mix : Jurnal Ilmiah Manajemen VIII*(1):136–50.
- Ong, Johan Oscar, and Jati Pambudi. 2014. "Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di Sbu Laboratory Cibitung Pt Sucofindo (Persero)." *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri* 9(1):1–10. doi: 10.12777/jati.9.1.1-10.
- Yola, Melfa, and Duwi Budianto. 2016. "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)." *Jurnal Optimasi Sistem Industri* 12(1):301. doi: 10.25077/josi.v12.n1.p301-309.2013.
- Yulianti, Eva, and Tengku Umbara. 2020. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis." *Jurnal Teknoif* 8(2):78. doi: 10.21063/jtif.2020.v8.2.72-82.