

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENATAAN PRODUK, DAN SUASANA MALL TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (STUDI PADA BASKO GRAND MALL PADANG)

<sup>1</sup>Dwi Orizae Satipa, <sup>2</sup>Linda Wati  
Mahasiswa dan Dosen Program Studi S1 Ilmu Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung HATTA  
E-mail: <sup>1</sup>[dwiorizae2310@gmail.com](mailto:dwiorizae2310@gmail.com), <sup>22</sup>[lindawati@bunghatta.ac.id](mailto:lindawati@bunghatta.ac.id)

## A. PENDAHULUAN

Pembelian tidak terencana pada suatu produk dipengaruhi secara signifikan oleh keterlibatan konsumen terhadap produk tersebut (Morgan dkk, 2017). Berkaitan dengan faktor keterlibatan konsumen terhadap suatu produk, pembelian tidak terencana biasanya terjadi pada produk-produk yang memiliki harga rendah dengan keterlibatan rendah, contohnya permen, tissue dan coklat saat berada di dalam toko. Menurut Solomon, (2016) menyatakan bahwa produk permen dan permen karet, produk kesehatan gigi dan kosmetika merupakan produk pembelian tidak terencana. Sehingga produk permen, coklat, tissue dan lain-lain merupakan salah satu produk yang dapat menyebabkan perilaku pembelian tidak terencana pada konsumen. Fenomena yang terjadi yaitu kurangnya kualitas pelayanan, kurang menariknya penataan produk, dan suasana mall yang sunyi sehingga itulah yang menimbulkan minimnya pembelian tidak terencana pada konsumen terhadap Basko Grand Mall.

## B. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah seluruh pembeli sejak satu tahun terakhir di Basko Grand Mall Padang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan ke dalam sampel. Penarikan sampel menggunakan

accidental (convenience sampling) artinya salah satu yang cocok dengan pengambilan sampel yang tidak sengaja atau secara kebetulan bertemu (Kurniawan, 2014). Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan sebanyak 110 yang ditentukan berdasarkan dari aturan umum Roscoe yaitu ukuran sampel yang layak antara 30 sampai 500 sampel.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Hipotesis

#### a. Uji T

Uji T atau uji parsial dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan atau dengan kata lain untuk membuktikan apakah masing-masing variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan kesimpulan atas hasil pengujian adalah apabila probability value (sig)-t lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji T penelitian ini:

#### Tabel 1. Hasil Uji T



Sumber: Olah Data SPSS (2022)

Dilihat dari tabel 1 maka hasil uji statistik t menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a) Hasil pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Tidak Berencana diperoleh nilai  $t = 1,633$  dengan signifikansi  $0,042$  ( $p < 0,05$ ). Dengan signifikansi lebih kecil dari  $0,05$  maka Hipotesis 1 diterima.
- b) Hasil pengaruh Penataan Produk terhadap Pembelian Tidak Berencana diperoleh nilai  $t = 1,136$  dengan signifikansi  $0,009$  ( $p < 0,05$ ). Dengan signifikansi lebih kecil dari  $0,05$  maka Hipotesis 2 diterima.
- c) Hasil pengaruh Suasana Mall terhadap Pembelian Tidak Berencana diperoleh nilai  $t = 4,665$  dengan signifikansi  $0,000$  ( $p < 0,05$ ). Dengan signifikansi lebih kecil dari  $0,05$  maka Hipotesis 3 diterima.

#### D. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil proses analisis data yang dilakukan dengan berbagai pengujian, analisis meliputi pengujian hipotesis, diperoleh beberapa kesimpulan terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, penataan produk, dan suasana mall terhadap pembelian tidak terencana pada Basko Grand Mall Padang. Beberapa kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada Basko Grand Mall Padang
2. Penataan Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada Basko Grand Mall Padang
3. Suasana Mall Berpengaruh

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.442	.001
	Total_Kualitas_Pelayanan	<b>1.633</b>	.042
	Total_Penataan_Produk	<b>1.136</b>	.009
	Total_Suasana_Mall	<b>4.665</b>	.000
a. Dependent Variable:		Total_Pembelian_Tidak_Terencana	

Positif Dan Signifikan Terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada Basko Grand Mall Padang.

saran dari penelitian ini adalah setelah mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan pembelian konsumen yang tidak terencana, kiranya bisa dapat dimanfaatkan faktor-faktor tersebut sebagai strategi untuk menciptakan pembelian tidak terencana. Dari hal diatas bahwa baik bagi pihak manajemen Bakso Grand Mall untuk evaluasi dari segi kualitas pelayanan, penataan produk, dan suasana mall untuk menarik minat kunjungan dari konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- 1) Albert, Kurniawan. 2014, *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- 2) Morgan Han, Y. K., , G. A., Kotsiopulos, A., dan kang-Park J. 2017. Impulse Buying Behavior of Apparel Purchasers. *Clothing and Textiles Research Journal*. Vol. 9 No. 3, 1991, hal. 15-21
- 3) Solomon, Michael R. 2016. *'Customer Behaviour Buying*,



*'Having and Being, 12th  
'Edition.* USA: Pearson  
Education.

