

Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan pembelian pakaian PADA PASAR UMUM PASIRIAN LUMAJANG

Sufyan Lutfi¹⁾Jesi Irwanto²⁾

Program Studi Manajemen, STIE Widya Gama Lumajang, 67352, Indonesia

¹⁾E-mail : Lutvi_vin@gmail.com

²⁾E-mail : irawanjasy21@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine the of store atmosphere, location, and product diversity on the purchasing influence decision to buy clothes on the general market of Pasirian Lumajang. This research is a quantitative research by finding associative association which is causal. The results of this study shows that partially store atmosphere has no significant effect on purchasing decisions, location has a significant influence on purchasing decisions, and product diversity has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously store atmosphere, location, and product diversity have a significant effect on purchasing decision of garment at general market of Pasirian Lumajang. The limitations of this study is to research of store atmosphere, location, and product diversity as a factor influencing purchasing decisions, while other variables that can influence purchasing decisions are expected to be examined by subsequent researchers in different periods and internet services.*

Keyword : *Store atmosphere, Location, Product Variety, and Purchase Decisions.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maka *Store Atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *Store Atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti suasana toko (*Store Atmosphere*), lokasi, dan keragaman produk sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode dan layanan internet yang berbeda

Kata Kunci : *Suasana Toko (Store Atmosphere), Lokasi, Keragaman Produk, dan Keputusan Pembelian.*

PENDAHULUAN

Definisi pasar secara sederhana, yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung. Pasar bersifat dinamis mengikuti perkembangan zaman. Seiring dengan perkembangannya, pasar sudah banyak mengalami perubahan tempat dan cara pengelolaan yang bersifat tradisional menjadi modern. Muncul berbagai macam pasar modern yang memiliki fasilitas lebih menarik dan nyaman dibandingkan dengan pasar tradisional. Berdasarkan beberapa kelebihan itulah mengakibatkan banyak masyarakat yang sebagian berpaling dari pasar tradisional ke pasar modern, salah satunya terjadi pada pasar umum Pasirian Lumajang.

Terlepas dari banyaknya kelebihan yang dimiliki pasar umum Pasirian banyak juga keluhan dari para konsumen yang perlu diperhatikan dan direspon secara cepat oleh penjual dan juga pihak pengelola pasar, karena konsumen akan kecewa menjadi sungkan sehingga tidak berminat untuk melakukan pembelian di pasar umum Pasirian. Keluhan tersebut diantaranya penumpukan barang, lingkungan sempit, parkir kurang memadai, aroma lingkungan pasar yang kurang sedap, pakaian yang kurang berkualitas, minimnya pakaian bermerek dan variasi ukuran pakaian kurang memadai.

Berdasarkan berbagai keluhan dan komentar negatif dari para konsumen mengenai pasar umum Pasirian, maka perlu adanya tanggapan dan evaluasi yang baik agar pasar umum Pasirian dapat tetap unggul di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, terutama pada bagian pakaian. Dari berbagai masalah dan keluhan yang dirasakan konsumen, faktor keragaman produk mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di pasar umum Pasirian, namun tidak menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. Hal tersebut perlu diperhatikan oleh pasar umum Pasirian. Keragaman produk yang masih belum menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian konsumen untuk memilih pasar umum Pasirian sebagai tempat berbelanja mereka, dapat disebabkan ritel sejenis yang menjadi pesaing pasar umum Pasirian sama-sama menawarkan berbagai jenis produk atau bahkan lebih beragam jenisnya. Faktor lokasi dan suasana toko (*Store Atmosphere*) kurang memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian konsumen pasar umum Pasirian. Dari pengamatan yang ada dapat disimpulkan bahwa pengelolaan atau pengaturan suasana toko (*Store Atmosphere*) dan lokasi pada pasar umum Pasirian belum maksimal mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan fakta-fakta di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Keragaman**

Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Pasar Umum Pasirian Lumajang”.

Berdasarkan batasan masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: 1) apakah terdapat pengaruh *Store Atmosphere* yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang ?, 2) apakah terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang ?, 3) apakah terdapat pengaruh keragaman produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang ?, dan 4) Apakah terdapat pengaruh *Store Atmosphere*, lokasi dan keragaman produk yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang. Berkaitan dengan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang, 2) untuk mengetahui pengaruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang, 3) untuk mengetahui pengaruh keragaman produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang, 4) untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, lokasi dan keragaman produk yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

KAJIAN TEORI

Store Atmosphere. “*Store Atmosphere* adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli” (Kotler & Keller, 2007:177).

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan suasana toko (*Store Atmosphere*) adalah satu penataan lingkungan yang dirancang untuk membuat pelanggan merasa nyaman dalam berbelanja.

Lokasi. “Lokasi adalah berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya” (Lupiyoadi, 2014:96).

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan pengertian lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi.

Keragaman Produk. “Keragaman produk (*Product Assortment*) adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu

kepada pembeli. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual “ (Kotler & Keller, 2007:15).

Berdasarkan pengertian keragaman produk di atas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut pada pusat perbelanjaan.

Keputusan Pembelian. “Keputusan pembelian adalah proses menerima, dan mengevaluasi informasi tentang produk tertentu” (Suryani, 2013:13).

Berdasarkan pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Hipotesis. Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dikemukakan sebagai berikut:

1) Hipotesis pertama

Ho: Tidak terdapat pengaruh *Store Atmosphere* yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh *Store Atmosphere* yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

2) Hipotesis kedua

Ho: Tidak terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

3) Hipotesis ketiga

Ho: Tidak terdapat pengaruh keragaman produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh keragaman produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

4) Hipotesis keempat

Ho: Tidak terdapat pengaruh *Store Atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

Ha: Terdapat pengaruh *Store Atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

METODE PENELITIAN

“Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)” (Sugiyono, 2008:37).

Obyek penelitian variabel independen adalah *Store Atmosphere* (X_1), lokasi (X_2), dan keragaman produk (X_3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada pasar umum Pasirian Lumajang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang bulan April- Mei 2017 yaitu \pm 9.360 orang.

“Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sederhana (*simple random sampling*) adalah desain yang paling sederhana dan mudah, prinsip pemilihan sampel ini adalah setiap elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih” (Kuncoro, 2013:127).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki - laki	13	32,5%
2	Perempuan	27	67,5%
Jumlah		40	100%

Sumber Data: Hasil Pengisian Kuesioner, 2017

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 27 orang atau sebesar 67,5% sedangkan laki-laki hanya 13 orang atau sebesar 32,5%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang pernah membeli pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang lebih banyak perempuan.

Tabel 2. Deskripsi Responden Menurut Jenis Umur

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	21 - 25 tahun	11	27,5%
2	26 - 30 tahun	9	22,5%
3	31 - 35 tahun	7	17,5%
4	36 - 40 tahun	4	10,0%
5	41 tahun ke atas	9	22,5%
Jumlah		40	100%

Sumber Data: Hasil Pengisian Kuesioner, 2017

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang berumur 21-25 tahun yaitu sebanyak 11 orang atau sebesar 27,5% Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang pernah membeli pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang lebih banyak yang berumur 21-25 tahun.

Tabel 3. Deskripsi Responden Menurut Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SD / Madrasah	14	35,0%
2	SMP / MTS	6	15,0%
3	SMA / SMK	10	25,0%
4	D3	1	2,5%
5	S1	9	22,5%
Jumlah		40	100%

Sumber Data: Hasil Pengisian Kuesioner, 2017

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang berpendidikan SD atau Madrasah yaitu sebanyak 14 orang atau sebesar 35,0% Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang pernah membeli pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang lebih banyak yang berpendidikan SD atau Madrasah

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas

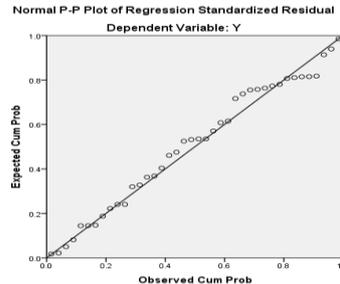
No	Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Ket.
1.	Suasana toko (Store Atmosphere) (X₁)				
	Pernyataan 1	0,362	0,3	0,022	Valid
	Pernyataan 2	0,364	0,3	0,021	Valid
	Pernyataan 3	0,315	0,3	0,048	Valid
	Pernyataan 4	0,669	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 5	0,737	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 6	0,726	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 7	0,381	0,3	0,015	Valid
	Pernyataan 8	0,639	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 9	0,576	0,3	0,000	Valid
2.	Lokasi (X₂)				
	Pernyataan 1	0,530	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 2	0,591	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 3	0,593	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 4	0,727	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 5	0,530	0,3	0,000	Valid
3.	Keragaman Produk (X₃)				
	Pernyataan 1	0,710	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 2	0,702	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 3	0,725	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 4	0,780	0,3	0,000	Valid
3.	Keputusan Pembelian (Y)				
	Pernyataan 1	0,648	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 2	0,463	0,3	0,003	Valid
	Pernyataan 3	0,722	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 4	0,872	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 5	0,719	0,3	0,000	Valid
	Pernyataan 6	0,828	0,3	0,000	Valid

Sumber data : Hasil Pengelolaan Data Kuesioner dengan SPSS, 2017

Tabel 5. Hasil Pengujian Reliabilitas

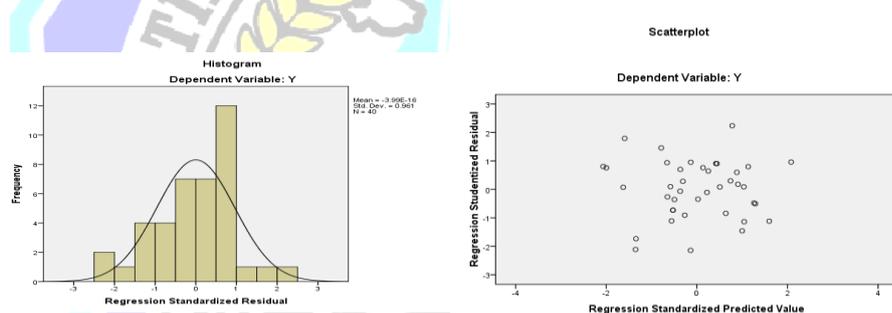
Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Interval Reliabilitas	Keterangan
Suasana toko (Store Atmosphere) (X ₁)	0,682	0,601 - 0,80	Reliabel
Lokasi (X ₂)	0,514	0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
Keragaman Produk (X ₃)	0,694	0,601 - 0,80	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,809	0,801 - 1,00	Sangat Reliabel

Sumber Data: Hasil Pengelolaan Data Kuesioner dengan SPSS, 2017



Gambar I. Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2017

Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.



Gambar II. Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2017

Grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan).

Tabel 6. Rekapitulasi Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>) (X_1)	0,736	1.359	Bebas Multikolinieritas
Lokasi (X_2)	0,792	1.262	Bebas Multikolinieritas
Keragaman Produk (X_3)	0,728	1.374	Bebas Multikolinieritas

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2017

Nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang

digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Menunjukkan model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std Error	Beta
1	(Constant)	8.319	4.742	
	Store Atmosphere (X1)	-.241	.122	-.310
	Lokasi (X2)	.662	.221	.454
	Keragaman Produk (X3)	.550	.244	.356

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2017
 Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,319 - 0,241X_1 + 0,662X_2 + 0,550X_3 + e$$

Tabel 8. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model		T	Sig
		1	(Constant)
	Store Atmosphere (X1)	-1.972	.056
	Lokasi (X2)	2.998	.005
	Keragaman Produk (X3)	2.252	.031

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2017

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t_{tabel} . Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan rumus $(n - 2) = 40 - 2 = 38$, maka akan diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 2,024.

Tabel 9. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^b						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	133.944	3	44.648	6.349	.001 ^a
	Residual	253.156	36	7.032		
	Total	387.100	39			

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2017

Untuk melakukan pengujian F terhadap variabel penelitian, maka diperlukan hasil F_{tabel} . Hasil F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan

menggunakan rumus $(n - k - 1) = 40 - 3 - 1 = 36$, maka diperoleh hasil F_{tabel} sebesar 2,87.

Tabel 10. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.346	.292	2.652

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS, 2017

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,346. Hal ini berarti 34,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu suasana toko (*Store Atmosphere*), lokasi, dan keragaman produk, sedangkan sisanya yaitu 65,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam pembahasan, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa suasana toko (*Store Atmosphere*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang pernah membeli pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang memberikan tanggapan kurang atau tidak setuju terhadap variabel suasana toko (*Store Atmosphere*).

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang pernah membeli pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang memberi tanggapan setuju terhadap variabel lokasi.

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang pernah membeli pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang memberi tanggapan setuju terhadap variabel keragaman produk.

Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*), Lokasi dan Keragaman Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa suasana toko (*Store Atmosphere*), lokasi, dan keragaman

produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

PENUTUP

Simpulan. Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Variabel suasana toko (*Store Atmosphere*) terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara parsial variabel suasana toko (*Store Atmosphere*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.
- b. Variabel lokasi terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.
- c. Variabel keragaman produk terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara parsial variabel keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.
- d. Variabel suasana toko (*Store Atmosphere*), lokasi, dan keragaman produk terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara simultan suasana toko (*Store Atmosphere*), lokasi, dan keragaman produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.
- e. Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y = 8,319 - 0,241X_1 + 0,662X_2 + 0,550X_3 + e$. Koefisien determinasi menunjukkan angka 0,346 yang berarti 34,6% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu suasana toko (*Store Atmosphere*), lokasi, dan keragaman produk, sedangkan sisanya yaitu 65,4% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

- a. Pihak pasar umum Pasirian Lumajang dan penjual agar tetap menjalin kerjasama dengan baik dan memberikan solusi tentang bagaimana pengelolaan suasana toko (*Store Atmosphere*) yang baik dan tidak merugikan bagi pihak pasar umum Pasirian Lumajang, penjual, maupun

- konsumen atau pelanggan yang sering berbelanja pada pasar umum Pasirian Lumajang untuk kedepannya.
- b. Pasar umum Pasirian Lumajang harus tetap mempertahankan tempat atau lokasi pasar umum Pasirian Lumajang yang sangat strategis. Semakin baik lokasi dan tempat penempatan suatu pusat perbelanjaan semakin tinggi pula pengaruhnya dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada pusat perbelanjaan tersebut dan akan semakin maksimal pula laba atau profit yang akan didapat oleh penjual khususnya pakaian pada pasar umum Pasirian Lumajang.
 - c. Pihak pasar umum Pasirian Lumajang dan penjual khususnya penjual pakaian harus tetap menjaga agar barang khususnya pakaian yang dijual pada pasar umum Pasirian tetap beragam dan sesuai dengan minat konsumen, dengan mempertahankan cara tersebut pasti konsumen yang pernah membeli pakaian pada pasar umum Pasirian akan loyal dan akan kembali ke pasar umum Pasirian Lumajang untuk memenuhi kebutuhan khususnya produk pakaian.
 - d. Pihak pasar umum Pasirian Lumajang dan penjual khususnya pakaian untuk selalu memperhatikan, memperbaiki, dan memberikan solusi yang baik tentang pengelolaan suasana toko (*Store Atmosphere*), mempertahankan tempat atau lokasi pasar umum Pasirian Lumajang yang sangat strategis, serta penjual harus mempertahankan keragaman produk yang mereka jual khususnya pada produk pakaian.

DAFTAR RUJUKAN

- Kotler, Philip dan Kevin lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. PT Indeks: Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu: Yogyakarta.