

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, FASILITAS PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI RUMAH COKLAT BODAG KABUPATEN MADIUN

**Zahra Shoffin Choiru Ni'am¹⁾, Hari Purwanto²⁾, Dian Citaningtyas Ari
Kadi³⁾**

¹⁾Universitas PGRI Madiun

Zahrashoffin3@gmail.com

²⁾Universitas PGRI Madiun

hari888purwanto@unipma.ac.id

³⁾Universitas PGRI Madiun

dian.citaningtyas@unipma.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of Store Atmosphere, Facilities, Perceived Price and Quality of Service on Interest in Returning at the Bodag Chocolate House, Madiun Regency. This study uses a quantitative research method. The population of this study is the Madiun people who have an interest in returning whose population is not known, the sample is tourists who visited the Bodag Chocolate House in Madiun Regency as many as 384 people through a questionnaire/questionnaire. The data collection technique for this research used a purposive sampling technique. The research data analysis method uses Multiple Linear Regression analysis using the SPSS program. Data analysis was carried out using the Classical Assumption Test, Multiple Linear Test, t-test, F-test. The results of this study prove that 1) Store Atmosphere has a positive and significant effect on the intention to return to the Bodag Chocolate House, Madiun Regency. 2) Facilities have a positive and significant effect on the intention to return to the Bodag Chocolate House, Madiun Regency. 3) Price perception has a positive and significant effect on the intention to return to the Bodag Chocolate House, Madiun Regency. 4) Simultaneously the variable store atmosphere, facilities, price perceptions, and service quality have a significant effect on the intention to return to the Bodag Chocolate House, Madiun Regency

Keywords: *Store Atmosphere, Facilities, Perceived Price, Service Quality, Interest in Visiting*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere*, Fasilitas, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Rumah Coklat Bodag Kabupaten Madiun. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Madiun yang mempunyai minat berkunjung kembali yang tidak diketahui populasinya,

sampel adalah wisatawan yang mengunjungi Rumah Coklat Bodag Kabupaten Madiun sebanyak 384 orang melalui angket/kuesioner. Teknik Pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Uji Asumsi Klasik, Uji Linier Berganda, Uji t, Uji F. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa 1) *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Rumah Coklat Bodag Kabupaten Madiun. 2) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Rumah Coklat Bodag Kabupaten Madiun. 3) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Rumah Coklat Bodag Kabupaten Madiun. 4) Secara simultan variabel *store atmosphere*, fasilitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Rumah Coklat Bodag Kabupaten Madiun

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Fasilitas, Persepsi Harga , Kualitas Pelayanan dan Minat Berkunjung Kembali

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi pariwisata alam dan budaya yang melimpah, mendorong pertumbuhan industri pariwisata sebagai salah satu penyumbang valuta asing. Pariwisata di Indonesia tidak hanya dikenal secara domestik, tetapi juga internasional. Untuk mengembangkan sektor pariwisata di seluruh wilayah, pemerintah mendirikan kantor pariwisata yang bertindak sebagai lembaga berwenang untuk mengatur peraturan, memberikan panduan, serta bantuan teknis bagi investasi dan pengembangan pariwisata.

Indonesia menonjol sebagai negara Asia Tenggara dengan tingkat pariwisata yang tinggi. Keindahan alam dan keramahan masyarakat menjadi daya tarik utama pariwisata di Indonesia. Pariwisata tidak hanya menjadi sumber pendapatan negara, tetapi juga menghasilkan efek multiplier, termasuk penyerapan tenaga kerja dan pengembangan ekonomi terkait.

Kabupaten Madiun merupakan bagian dari pengembangan Kawasan Selingkar Wilis (KSW) di Provinsi Jawa Timur. Potensi komoditas perkebunan di wilayah ini, terutama kakao, memiliki nilai yang layak untuk ditingkatkan guna mendukung perekonomian masyarakat setempat. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Madiun, produksi kakao di daerah ini mencapai 642 ton pada tahun 2020, dan mengalami peningkatan menjadi 652 ton pada tahun 2021. Kecamatan Kare dan Dagangan menjadi sentra utama pembudidayaan kakao di Kabupaten Madiun, termasuk di Desa Bodag, Kecamatan Kare, yang memiliki

lahan seluas 40 hektare untuk pembudidayaan kakao. Mayoritas lahan ini dimiliki oleh warga perorangan dan ditanam di kebun rumah, dengan produksi sekitar 15 ton per tahun. Namun, warga Desa Bodag belum memiliki keterampilan dalam mengolah kakao menjadi produk cokelat siap konsumsi. Oleh karena itu, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) setempat telah mengambil inisiatif untuk membantu petani dalam menjual hasil panen kakao dengan harga yang stabil dan sesuai harapan melalui "Rumah Cokelat Bodag". Proyek ini, yang dimulai pada tahun 2019 dan beroperasi sejak tahun 2020, dikelola oleh BUMDes Abadi Bodag dengan kolaborasi dari warga setempat di bawah bimbingan Sugito. Proses produksi melibatkan biji kakao kering yang telah melewati fermentasi, lalu disangrai dan dipisahkan dari kulitnya. Selanjutnya, biji ini digiling hingga menjadi pasta cokelat. Pasta cokelat tersebut dijadikan berbagai jenis produk, seperti batangan cokelat, permen, lemak cokelat, dan berbagai jenis bubuk cokelat termasuk varian 3 in 1 dan minuman cokelat. Saat ini, rumah cokelat ini telah menjadi tujuan utama bagi para wisatawan yang ingin menikmati olahan cokelat sambil menikmati pemandangan Pegunungan Wilis yang sejuk. Dengan pendapatan mencapai puluhan juta Rupiah per bulan, usaha ini telah memberikan lapangan kerja bagi warga Desa Bodag. Di samping berbagai produk cokelat, rumah cokelat ini juga menyediakan pilihan menu makanan dalam suasana wisata kuliner.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Store Atmosphere

Store Atmosphere merupakan hasil kombinasi antara desain lingkungan dan aspek fungsional, baik dalam bentuk fisik maupun emosional. Hal ini termasuk elemen seperti struktur bangunan, susunan penataan, penggunaan cahaya, tampilan produk, pilihan warna, suhu, latar musik, aroma, seragam, dan lainnya, yang bertujuan untuk menarik perhatian serta merangsang respon konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2013 : 177) *Store atmosphere* merupakan unsur senjata lain yang dimiliki toko. Setiap toko memiliki pengaturan fisik yang dapat mempermudah atau menghambat pengunjung dalam berkeliling. Setiap toko memiliki citra visualnya. Setiap toko harus menciptakan suasana yang terencana dengan baik, sesuai dengan target pasarnya, dan mampu memikat konsumen untuk berbelanja.

Fasilitas

Menurut Bahar (2020) Fasilitas adalah suatu layanan yang selalu tersedia untuk mendukung kebutuhan pelanggan atau wisatawan. Layanan ini juga menawarkan kualitas dan harga yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Fasilitas memiliki peran penting dalam menciptakan kesan awal bagi para wisatawan. Fasilitas yang berkualitas dan optimal dapat memberikan kepuasan kepada

wisatawan, sedangkan fasilitas yang kurang optimal dapat mengakibatkan ketidakpuasan wisatawan. Ini disebabkan karena fasilitas tidak hanya menjadi tujuan wisata, tetapi juga berfungsi sebagai penunjang utama dalam industri pariwisata. Menurut Mansur (2011) fasilitas merupakan sarana pendukung yang mampu menghasilkan kegembiraan, kenyamanan, serta memenuhi kebutuhan untuk menikmati produk wisata. Fasilitas memiliki peran vital dalam pengembangan desa wisata, karena berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan dan kesejahteraan para pengusaha.

Persepsi Harga

Menurut Kusdyah (2012) Persepsi harga juga bisa diinterpretasikan sebagai kecenderungan konsumen untuk menggunakan nilai harga sebagai dasar dalam menilai kesesuaian manfaat yang diberikan oleh produk tersebut. Menurut Sudaryono (2018) Persepsi harga merujuk pada cara di mana konsumen sepenuhnya memahami dan memberikan interpretasi mendalam terhadap informasi tentang harga. Menurut Kanuk (2018) persepsi harga adalah pandangan atau pemahaman mengenai nilai harga. Bagaimana konsumen memandang harga tertentu (apakah tinggi, rendah, atau terjangkau) berdampak signifikan pada niat mereka untuk membeli dan tingkat kepuasan dari pembelian tersebut. Ada empat strategi penetapan harga yang dapat diidentifikasi: harga terjangkau, harga yang sepadan dengan kualitas dan pelayanan, harga yang bersaing, dan harga yang kompetitif.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2017) kualitas pelayanan atau kualitas jasa adalah mengukur sejauh mana tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan. Menurut Chandra (2016) kualitas pelayanan merujuk pada tingkat baik atau kurangnya standar layanan yang disajikan oleh perusahaan jasa dengan tujuan memenuhi kepuasan pelanggan, yang melibatkan penyediaan atau pelaksanaan jasa yang bahkan dapat melebihi ekspektasi pelanggan. Menurut Hitchcock (2016) Kualitas pelayanan adalah hasil dari penilaian pelanggan yang membandingkan harapan mereka dengan realitas dari pengalaman menerima dan merasakan pelayanan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *Store Atmosphere*, Fasilitas, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependen* secara parsial dan secara simultan. Sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Berkunjung Kembali. Penelitian ini mengetahui pengaruh adanya Minat Berkunjung Kembali terhadap *Store Atmosphere*, Fasilitas, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan

HASIL DAN PEMBAHASAN**Deskripsi Data Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *Store Atmosphere*, Fasilitas, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependen* secara parsial dan secara simultan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner atau pernyataan. Sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Sampel penelitian berdasarkan kriteria yang ditentukan sebagai berikut

Tabel 1 Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian

N O	Keterangan	Jumlah
1	Data yang diambil adalah pernah mengunjungi Rumah Coklat Bodag Kabupaten Madiun minimal 2x	384
Jumlah Sampel		384

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa Populasi dalam penelitian ini sebanyak 384 Responden. Sampel yang diambil berjumlah 384 Responden, hal ini sesuai dengan kriteria sampel. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan sebelumnya maka diperoleh sebesar 384 Responden

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar 0.05. Pengujian normalitas menggunakan SPSS dapat diperoleh dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Monte Carlo* sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	.46977140
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.106
	Negative	-.107
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Monte Carlo* dengan minat berkunjung kembali variabel dependen menghasilkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,075 atau lebih besar dari 0,05 artinya data penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 3 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.713	.286		11.492	.000
	<i>Store Atmosphere (X1)</i>	.333	.024	.546	9.916	.000
	Fasilitas (X2)	.374	.057	.445	6.537	.000
	Persepsi Harga (X3)	.246	.044	.252	5.547	.000
	Kualitas Pelayanan (X4)	.020	.039	.221	4.520	.000
a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali						

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere* (X₁) berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y). Variabel Fasilitas (X₂) berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y). Variabel Persepsi Harga (X₃) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (Y). Variabel Kualitas Pelayanan (X₄) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (Y).

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Hasil Uji Determinasi (Uji R) dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Uji Determinasi (Uji R)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.917 ^a	.841	.840	1,44263	2.061
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Store Atmosphere, Fasilitas					
b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali					

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan dari tabel 4 hasil uji determinasi (Uji R) dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar .841 atau 84.1%. Angka tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Variabel Y secara gabungan, sedangkan sisanya 15.9% dipengaruhi oleh faktor variabel lain.

Uji Simultan (Uji F)

Penelitian ini menggunakan uji simultan (Uji F) untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara bersama-sama (simultan). Hasil Uji Simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.221	4	11.305	97.702	.000 ^b
	Residual	74.256	379	.196		
	Total	119.477	383			
a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Store Atmosphere, Fasilitas						

Sumber: Output SPSS, 2023

F-Tabel 3.087

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa besarnya $F_{hitung} = 97,702 > F_{tabel} = 3,087$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak H_a diterima yang artinya variabel X_1, X_2, X_3, X_4 jika diuji secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel Y .

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Store Atmosphere*, Fasilitas, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Saran bagi peneliti selanjutnya, untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi minat berkunjung kembali yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H. PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT EKSPRESS CABANG PERINTIS KEMERDEKAAN DI KOTA MAKASSAR.
- ABDULLAH, S. B. S., & Purwono, P. (2023). *PENGARUH FASILITAS, CITRA DESTINASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA UMBUL PELEM KLATEN* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Anam, C. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto. *MARGIN ECO*, 4(2), 22-34.
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di Chezz Cafenet. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 10(3), 299-310.
- Rahmawati, I., & Tuti, M. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN THE KOFFEE JAKARTA. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(1), 69-80.

- Milenia, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mess Steak Mangga Dua Square Jakarta/Merlyn Milenia/20180916/Pembimbing: Tumpal JR Sitinjak.
- Hastoko, Y. P., & Stevany, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan menginap di hotel POP Kelapa Gading. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 4106-4115.
- Lestari, A. A., & Aprileny, I. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Konsumen pada Kedai Camp Survivor, Bogor). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Konsumen pada Kedai Camp Survivor, Bogor)*, 1-15.