

Pengaruh Redesain Outlet, Desain Produk dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin

by Riangga 1121800004

Submission date: 15-Jul-2022 01:34PM (UTC+0700)

Submission ID: 1870772368

File name: JURNAL_TURNITIN_RIANGGA_1121800004.pdf (159.43K)

Word count: 2365

Character count: 14965

Pengaruh Redesain Outlet, Desain Produk dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin

Riangga Yudis Syarli¹, Sri Andayani², Ute Chairuz M. Nasution³

^{1,2}Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

³Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

dianggap@gmail.com

ABSTRACT

Intako Cooperative is one of the cooperatives that sells bag and leather handicrafts which has an outlet in the Tanggulangin area of Sidoarjo. Where in the area there are more and more similar businesses that are competitors. The level of visits is an important factor so that the outlet is crowded with visitors who will buy and increase sales. From the results of t-test and multiple linear regression, Outlet Redesign, Product Design and Promotion are aspects that affect Visiting Interests at Tanggulangin Cooperative Outlets, Sidoarjo. Outlet redesign can determine how visitors will feel uncomfortable when visiting, then Product Design will attract customers to buy goods according to their needs and desires, as well as Promotions that are intended to introduce related business. These three things are interrelated and influence the interest in visiting the Tanggulangin Intako Cooperative, Sidoarjo. Meanwhile, from the results of the Pearson correlation test, it shows that there is a positive and strong influence between the variables of Outlet Redesign, Visiting Interest and Promotion on Visiting Interests at the Tanggulangin Intako Cooperative Sidoarjo as well as the results of the determination test showing that visiting interest is influenced by these three variables by 72.8%. The results of the tests carried out illustrate that it is important to pay attention to the variables of Outlet Redesign, Product Design and Promotion to increase Visiting Interest in the Tanggulangin Intako Cooperative Sidoarjo.

Keywords: *Outlet Redesign, Product Design, Promotion and Visiting Interest.*

ABSTRAK

Koperasi Intako adalah salah satu koperasi yang menjual kerajinan tas dan kulit yang memiliki outlet di daerah Tanggulangin Sidoarjo. Dimana didaerah tersebut semakin banyak usaha sejenis yang menjadi pesaing. Tingkat kunjungan menjadi faktor yang penting agar outlet ramai akan pengunjung yang akan membeli serta meningkatkan penjualan. Dari hasil uji t dan regresi linear berganda Redesain Outlet, Desain Produk dan Promosi merupakan aspek yang mempengaruhi Minat Berkunjung di Outlet Koperasi Tanggulangin Sidoarjo. Redesain Outlet dapat menentukan bagaimana pengunjung akan merasa nyaman saat berkunjung, lalu Desain Produk akan membuat menarik para pelanggan untuk membeli barang sesuai kebutuhan dan keinginan mereka, serta Promosi yang dimaksudkan untuk mengenalkan terkait usaha yang dilakukan. Ke tiga hal tersebut saling berkaitan dan berpengaruh terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo. Sedangkan dari hasil uji korelasi pearson, menunjukkan adanya pengaruh positif dan kuat antara variabel Redesain Outlet, Minat Berkunjung dan Promosi terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo begitu juga dari hasil uji determinasi menunjukkan bahwa Minat Berkunjung dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut sebesar 72,8%. Dari hasil uji yang dilakukan menggambarkan bahwa pentingnya untuk memperhatikan variabel Redesain Outlet, Desain Produk dan Promosi untuk meningkatkan Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo.

Kata Kunci : Redesain Outlet, Desain Produk, Promosi dan Minat Berkunjung .

PENDAHULUAN

Redesain *Outlet* merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka untuk meningkatkan daya tarik, memberi kenyamanan serta menciptakan kesan yang baik di benak pelanggan ketika melihat ataupun masuk ke dalam *outlet*. Tentu hal itu dilakukan semata-mata untuk menarik perhatian pengunjung, menjual lebih banyak barang, meningkatkan penjualan dan keuntungan. Redesain *Outlet* merupakan faktor yang perlu diperhatikan untuk membuat suatu *Outlet* menarik untuk dikunjungi oleh para konsumennya. Ada banyak hal yang diperhatikan oleh para pengunjung saat di dalam *Outlet* yang dapat menciptakan persepsi tersendiri di mata mereka seperti penataan barang sesuai dengan klasifikasinya, desain interior maupun eksterior, pencahayaan, display produk yang ditampilkan, suhu dan pengaturan tata letak penempatan dari rak di dalam *Outlet* secara rapi. Sehingga, dengan adanya Redesain *Outlet* yang tepat, maka akan dapat menciptakan persepsi yang baik bagi para pengunjung (Roosinda & Salshabila, 2021).

Desain Produk merupakan faktor lain juga yang harus diperhatikan sebagai salah satu bentuk daya tarik, karena perilaku konsumen saat ini tidak hanya melihat barang sekedar hanya dari fungsi dan utilitasnya semata, namun juga dari estetikanya. Desain produk dapat menjadi sebuah perangkat emosional yang sangat ampuh untuk menarik perhatian para pengunjung. Desain Produk bisa memberikan nilai manfaat, kenyamanan dan keindahan. Pertarungan produk saat ini tidak lagi terbatas pada kualitas dan harga saja, tetapi juga pada usaha untuk mendapatkan nilai tambah dari sebuah produk desain Produk adalah hal penting dalam pengembangan bisnis karena dapat menarik minat pengunjung, menjadikan konsumen puas, menjadi faktor penentuan sebuah kesuksesan produk, meningkatkan penjualan, serta dapat meningkatkan kualitas produk serta peningkatan pengembangan inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan (Susantik et al., 2017).

Selain itu, Promosi merupakan hal yang sangat penting dalam menarik Minat Berkunjung. Dapat dilihat bahwa strategi Promosi merupakan kegiatan penting yang harus dilakukan dengan maksud tujuan untuk membujuk dan merangsang konsumen agar mau berkunjung, membeli serta Promosi mengenalkan produk (Kotler & Keller, 2018).

Berdasarkan hal tersebut, serta dari hasil penelitian terdahulu terkait adanya hubungan pengaruh dari variabel Redesain *Outlet* Desain Produk dan Promosi terhadap Minat Berkunjung, serta mengingat perkembangan *Outlet-Outlet* yang begitu pesat dari usaha sejenis *Outlet* Kerajinan Industri Tas dan Koper di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo pada saat ini. Dengan begitu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Redesain Outlet, Desain Produk dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Redesain *Outlet*, Desain Produk dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yakni pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian analisis kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.

Populasi dalam penelitian Pengaruh Redesain *Outlet*, Desain Produk dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo ini adalah semua pengunjung Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo. Jumlah populasi konsumen Koperasi

Intako Tanggulangin Sidoarjo tidak dapat diketahui secara pasti. Penelitian mengenai Pengaruh Redesain *Outlet*, Desain Produk dan Minat Berkunjung Terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *non-probability* sampling (pengambilan sampel secara tidak acak). Disini peneliti menggunakan metode *Accidental Sampling*.

Data yang terkumpul kemudian akan digunakan skala pengukuran dan pemberian *scoring*. Pengukuran dalam penelitian ini akan menggunakan skala *Likert*. Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Jenis data yang digunakan oleh penulis pada penelitian kali ini adalah jenis data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yakni primer yang diperoleh langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dari permasalahan yang diteliti dan sekunder yang diperoleh dari pihak Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data yang akan digunakan atau pengamatan terhadap objek penelitian serta mencari gambaran yang menjadi masalah dalam objek penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (t), uji korelasi (r) dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil dan Pembahasan

A. Pengaruh variabel Redesain *Outlet* terhadap Minat Berkunjung

Hasil nilai uji t hitung diperoleh sebesar 2,095 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,095 > 1,984$) dengan tingkat signifikan ($0,039 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa Redesain *Outlet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo. Kemudian, dari hasil uji korelasi *pearson* dengan menggunakan SPSS dapat dilihat bahwa ada hubungan kuat antara variabel Redesain *Outlet* (X1) dengan Minat Berkunjung (Y) karena r sebesar = 0,712.

Ini menggambarkan bahwa sebuah desain yang baru dan bagus dapat mampu untuk menarik pengunjung lebih banyak. Tidak hanya itu, dengan adanya Redesain *Outlet* dapat dijadikan sebagai upaya media branding untuk mendukung bertambahnya Minat Berkunjung. Dengan desain yang baru dan menarik menjadikan para pengunjung akan merasa nyaman saat berbelanja dan memiliki perspektif yang positif serta menyenangkan sehingga menjadi daya Tarik tersendiri untuk berkunjung.

B. Pengaruh variabel Desain Produk terhadap Minat Berkunjung

Hasil nilai uji t hitung diperoleh sebesar 1,995 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,995 > 1,984$) dengan tingkat signifikan ($0,049 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo. Kemudian, dari hasil uji korelasi *pearson* dengan menggunakan SPSS dapat dilihat bahwa ada hubungan kuat antara variabel Desain Produk (X2) dengan Minat Berkunjung (Y) karena r sebesar = 0,750.

Ini menunjukkan bahwa pertarungan produk saat ini tidak lagi terbatas pada kualitas dan harganya saja, tetapi juga pada usaha untuk mendapatkan nilai tambah dari sebuah produk. Desain Produk adalah hal penting dalam pengembangan bisnis karena dapat menarik minat pengunjung, menjadikan konsumen puas serta menjadi faktor penentuan sebuah kesuksesan produk, meningkatkan penjualan, juga dapat meningkatkan kualitas produk dan peningkatan pengembangan inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan.

C. Pengaruh Variabel Promosi terhadap Minat Berkunjung ¹⁷

Hasil nilai uji t hitung diperoleh sebesar 5,967 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,967 > 1,984$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo. Kemudian, dari hasil uji korelasi *pearson* dengan menggunakan SPSS dapat dilihat bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara variabel Promosi (X3) dengan Minat Berkunjung (Y) karena r sebesar $= 0,832$. ¹¹

Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi merupakan hal yang sangat penting dalam menarik Minat Berkunjung. Dapat dilihat bahwa strategi Promosi merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan dengan maksud tujuan membujuk dan merangsang konsumen agar mau berkunjung dan membeli serta mengenalkan produk. Sehingga, tujuan untuk meningkatkan Minat Berkunjung dan penjualan tercapai. Promosi dimaksudkan untuk memberikan informasi produk, menjangkau konsumen lebih luas, mendatangkan pembeli, membangun *brand awareness* dan edukasi konsumen. Hal ini juga perlu dikembangkan maupun ditingkatkan lagi demi mempertahankan para konsumen maupun pelanggan serta meningkatkan Minat Berkunjung.

Dari data yang telah dikumpulkan penulis dan telah melalui uji korelasi *pearson*, ternyata setelah di uji korelasi atau keterkaitan secara bersama-sama variabel Redesain Outlet (X1), Desain Produk (X2), dan Promosi (X3) terhadap variabel Minat Berkunjung (Y) memiliki pengaruh positif dan sangat kuat dengan nilai $R = 0,853$ atau dalam persentase sebesar 85,30%. Kemudian, dari hasil R^2 (Square) sebesar 0,728 hal ini menunjukkan bahwa ¹³ Minat Berkunjung dipengaruhi oleh variabel Redesain Outlet, Desain Produk, dan Promosi sebesar 72,8% sedangkan sisanya sebesar 27,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan lain sebagainya.

Dari hasil uji serta pembahasan dapat dilihat bahwa Redesain Outlet, Desain Produk dan Promosi merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dan ditingkatkan Kembali untuk meningkatkan Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo.

Penutup

A. Kesimpulan

1. Redesain Outlet penting dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan daya tarik, memberi kenyamanan serta menciptakan kesan yang baik di benak pelanggan ketika melihat ataupun masuk ke dalam outlet yang akan meningkatkan Minat Berkunjung para konsumen.
2. Desain Produk yang menarik juga sangatlah penting karena sebagai salah satu bentuk daya tarik, dimana perilaku konsumen saat ini tidak hanya melihat barang sekedar hanya dari fungsi dan kebutuhannya ¹² saja semata, namun juga dari nilai estetikanya. Desain produk dapat menjadi sebuah perangkap emosional yang sangat ampuh untuk menarik perhatian para pengunjung. Desain Produk bisa ¹² memberikan nilai manfaat, kenyamanan dan keindahan. Pertarungan produk saat ini tidak lagi terbatas pada kualitas dan harga saja, tetapi juga pada usaha untuk mendapatkan nilai tambah dari sebuah produk desain Produk adalah hal penting dalam pengembangan bisnis karena dapat menarik minat pengunjung dan menjadikan konsumen puas.
3. Promosi Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo sudah bisa dibilang sangat baik, karena selain melakukan Promosi secara langsung juga melakukan Promosi secara online yang sangat mudah dijangkau serta tersebar luas dan dalam hal Promosi Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo juga dibantu oleh pemerintah Kabupaten Sidoarjo dalam menawarkan produknya baik untuk dalam negeri maupun luar negeri.

B. Saran

1. Sebaiknya, Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo merencanakan Redesain *Outlet* secara berkelanjutan dan berkesinambungan untuk terus menjaga dan merawat *Outlet* yang ada serta melakukan perawatan dan perbaikan secara berkala, juga lebih menjaga kebersihan serta kerapian *Outlet*-nya. Serta, untuk bagian luar toko agar lebih ditingkatkan lagi dengan cara mengecat ulang bagian yang warnanya sudah usang dan terkelupas serta lebih meningkatkan untuk menjaga kebersihan pada area luar *Outlet* agar lebih indah dipandang dan menarik serta bagus. Agar *outlet* dapat semakin terlihat menarik, diharapkan untuk pemilik dapat memperhatikan penataan display yang baik agar dapat memaksimalkan ruang yang ada serta agar produk yang dijual dapat langsung dilihat dan disentuh oleh pelanggan, juga dapat mengoptimalkan pencahayaan yang baik disesuaikan dengan desain *Outlet* untuk memberikan pengalaman yang menarik kepada pelanggan saat berkunjung serta memberikan pernak Pernik, aksesoris, gambar-gambar maupun tulisan yang menarik dan inspiratif sesuai dengan desain dan orientasi *Outlet* Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo agar pelanggan merasakan sensasi yang tidak dirasakan di tempat *outlet* lainnya pada saat berkunjung sehingga dapat menjadi pembeda maupun daya Tarik tersendiri yang unik dan menarik.
2. Sebaiknya, Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo terus melakukan pembaruan dalam Desain Produknya sesuai gaya (style) yang sedang trend dan berkembang di masyarakat yang dapat cocok dan disukai berbagai kalangan baik untuk anak muda dan dewasa. Serta, menambah fitur produk juga meningkatkan dan menjaga kualitas produknya.
3. Sebaiknya, Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo terus melakukan Promosi secara masif dan menarik, serta lebih sering melakukan promo terhadap produknya kepada para konsumen seperti dengan melakukan promo potongan harga, cashback dan lain sebagainya.
4. Untuk mengembangkan wawasan dan ilmu pengetahuan. Sebaiknya, untuk kedepannya dapat menganalisa variabel lain yang juga mempengaruhi Minat Berkunjung selain dari variable Redesain *Outlet*, Desain Produk dan Promosi. Misalnya menganalisa Kualitas Produk, Promosi, Variasi produk dan sebagainya. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat melakukan penelitian dengan variabel yang sama tetapi di objek yang lain, sehingga diharapkan penelitian yang akan datang dapat lebih memperkaya wawasan kita tentang Minat Berkunjung.

Daftar Pustaka

6. Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Buku Kotler Pdf* (pp. 1–412).
- Roosinda, F. W., & Salshabila, F. A. (2021). Rebranding Koperasi Intako Melalui Program Redecor Showroom dan Pemberdayaan Digital Marketing. *Warta LPM*, 24(2), 176–186. <https://doi.org/10.23917/warta.v24i2.10727>
1. Susantik, S., Mulyati, A., & Andayani, S. (2017). Pengaruh kualitas, desain dan harga terhadap keputusan pembelian produk keramik platinum di wringinanom gresik. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 3(1), 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jdab.v3i1.2345>

Pengaruh Redesain Outlet, Desain Produk dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung di Koperasi Intako Tanggulangin

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uph.edu Internet Source	1%
2	Submitted to Surabaya University Student Paper	1%
3	repository.uinsi.ac.id Internet Source	1%
4	ejournal.uniska-kediri.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	1%
6	ojs2.pnb.ac.id Internet Source	1%
7	arl.ridwaninstitute.co.id Internet Source	1%
8	repository.upiyptk.ac.id Internet Source	1%
9	microfinanceconsultan.blogspot.com Internet Source	1%

10	repository.unisba.ac.id Internet Source	1 %
11	a-research.upi.edu Internet Source	1 %
12	blog.ub.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.univ-tridinanti.ac.id Internet Source	1 %
14	journals.khnu.km.ua Internet Source	1 %
15	jurnal.stier.ac.id Internet Source	1 %
16	repository.pip-semarang.ac.id Internet Source	1 %
17	Herbert Ernando, Peni Wati, Princeslia Desyca, Stasia Stasia, Jessica Alexandra S, Wenny Anggeresia Ginting, Mas Intan Purba. "Pengaruh Sales, Working Capital dan Operating Cash Flow Terhadap Net Profit Perusahaan Consumer Goods Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017", Owner, 2019 Publication	1 %
18	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %

19

Www.Neliti.Com

Internet Source

1 %

20

eprints.umk.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off