

**Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Pemilihan Toko Bangunan: Studi Kasus pada Depo Bangunan**

**Dafa Nugraha, Ni Kadek Suryani, I Kadek Pranajaya**

Institut Desain dan Bisnis, Bali, Indonesia

Dafanugraha75@gmail.com, nksuryani@idbbali.ac.id, pranajaya@idbbali.ac.id

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of store atmosphere on customer decisions in choosing a building materials store, with a focus on the dominant elements and other factors that can strengthen or weaken this influence. The research uses a qualitative approach with a case study method at Depo Bangunan Denpasar. Data were collected through observation, in-depth interviews with employees and customers, and documentation. Informants were selected using purposive sampling from individuals who understand store atmosphere and purchasing decisions. Analysis was performed using the Miles & Huberman model, which includes data collection, reduction, presentation, and conclusion drawing. The results show that **store atmosphere** plays a significant role in influencing customer decisions, particularly through store layout, lighting, and supporting facilities. These elements create comfort, ease of navigation, and a positive shopping experience. However, price and customer service factors also influence purchasing decisions, which can either strengthen or weaken the impact of the **store atmosphere**. The implications of this study contribute to building materials retail management in designing customer-experience-based marketing strategies. Enhancements to the **store atmosphere**, such as rearranging the layout, providing a children's playground, and adding parking lines, can encourage customer satisfaction and loyalty. This study fills a research gap by examining store atmosphere in the context of a building materials store, which has previously been more extensively studied in the food and beverage industry.*

**Keywords:** *Store atmosphere, Customer Decisions, Building Materials Retail, Shopping Experience, Depo Bangunan*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan bangunan, dengan fokus pada elemen dominan serta faktor lain yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus di Depo Bangunan Denpasar. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan pegawai dan pelanggan, serta dokumentasi. Informan dipilih menggunakan *purposive sampling* dari individu yang memahami *store atmosphere* dan keputusan pembelian. Analisis dilakukan dengan model Miles & Huberman yang mencakup pengumpulan, reduksi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan pelanggan, khususnya melalui tata letak toko, pencahayaan, dan fasilitas pendukung. Elemen-elemen ini menciptakan kenyamanan, kemudahan navigasi, serta pengalaman belanja yang positif. Namun, faktor harga dan layanan pelanggan juga memengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat memperkuat atau melemahkan dampak *store atmosphere*. Implikasi penelitian ini memberi kontribusi pada manajemen ritel bahan bangunan dalam merancang strategi pemasaran berbasis pengalaman pelanggan. Peningkatan *store atmosphere*, seperti penataan ulang tata letak, penyediaan taman bermain

anak, dan garis pembatas parkir, dapat mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan. Studi ini mengisi celah penelitian dengan mengkaji *store atmosphere* dalam konteks toko bahan bangunan, yang sebelumnya lebih banyak diteliti pada industri makanan dan minuman.

**Kata Kunci:** *Store atmosphere*, Keputusan Pelanggan, Ritel Bahan Bangunan, Pengalaman Belanja, Depo Bangunan

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan, sebagaimana dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (2023) bahwa industri ritel nasional tumbuh sebesar 4,2%. Salah satu subsektor yang mengalami pertumbuhan pesat adalah industri properti dan konstruksi, yang turut berkontribusi terhadap meningkatnya permintaan bahan bangunan. Seiring dengan perkembangan ini, industri ritel bahan bangunan memiliki peluang besar untuk terus berkembang, mengingat kebutuhan masyarakat terhadap material konstruksi dan renovasi yang semakin meningkat. Persaingan dalam industri ini semakin ketat, sehingga strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor penting bagi bisnis ritel bahan bangunan dalam menarik pelanggan dan meningkatkan daya saing.

PT. Caturkarda Depo Bangunan Tbk., yang lebih dikenal sebagai Depo Bangunan, merupakan salah satu supermarket bahan bangunan terbesar di Indonesia yang mengusung konsep *One Stop Shopping* dengan menyediakan berbagai kebutuhan material konstruksi hingga perlengkapan rumah tangga dalam satu lokasi. Dengan konsep ini, Depo Bangunan berusaha memberikan pengalaman belanja yang lengkap, nyaman, dan terjangkau, serta berupaya mempertahankan citra sebagai supermarket bahan bangunan terdepan di Indonesia. Salah satu strategi pemasaran yang diterapkan oleh Depo Bangunan adalah menciptakan *store atmosphere* yang menarik, nyaman, dan mengikuti tren untuk memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam industri ritel, *store atmosphere* berperan penting dalam memengaruhi persepsi, emosi, dan keputusan pelanggan dalam memilih tempat berbelanja. Kotler dan Keller (2017:563) menjelaskan bahwa elemen-elemen seperti desain interior, tata letak toko, pencahayaan, warna, dan elemen sensorik lainnya dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap suatu toko. Lebih lanjut, Bermans dan Evans dalam Rubiyanti (2014) mengidentifikasi empat elemen utama *store atmosphere*, yaitu eksterior, *general interior*, *store layout*, dan interior *point of purchase (POP) display*. Penerapan elemen-elemen ini diharapkan dapat menciptakan suasana yang kondusif bagi pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian dan meningkatkan daya tarik suatu toko dibandingkan dengan kompetitor.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara *store atmosphere* dan keputusan pelanggan. Studi yang dilakukan oleh Rumajar et al. (2022), Afiani (2019), Agustina (2017), dan Mulyana et al. (2020) menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian konsumen, yang berarti semakin baik suasana toko, semakin tinggi pula kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Bala (2022) serta Angelika & Lego (2022) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana *store atmosphere* memiliki pengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Perbedaan hasil penelitian ini mengindikasikan adanya faktor lain, seperti harga dan kualitas layanan, yang juga dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan bangunan. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut untuk memahami sejauh mana *store atmosphere* berkontribusi terhadap keputusan pelanggan di industri ritel bahan bangunan, khususnya pada Depo Bangunan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan didapat bahwa keputusan pelanggan dalam memilih toko tidak hanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan fisik toko, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan budaya. Menurut Kotler (2016:251), keputusan pembelian adalah proses yang melibatkan beberapa tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk dalam Anisa (2011:19), keputusan pembelian merupakan proses pemilihan di antara berbagai alternatif yang tersedia. Oleh karena itu, penting untuk menelaah faktor-faktor tambahan yang dapat memoderasi atau memediasi hubungan antara *store atmosphere* dan keputusan pelanggan, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang mendorong pelanggan untuk memilih suatu toko bahan bangunan dibandingkan dengan toko lainnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan bangunan di Depo Bangunan. Selain itu, penelitian ini juga berupaya untuk mengidentifikasi elemen *store atmosphere* yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pelanggan, serta menginvestigasi faktor lain yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara *store atmosphere* dan keputusan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji kembali konsep *store atmosphere* dalam konteks industri bahan bangunan tetapi juga menghadirkan *novelty* dengan mengkaji faktor-faktor tambahan yang dapat memoderasi atau memediasi hubungan antara variabel utama. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur pemasaran ritel serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola ritel bahan bangunan, khususnya Depo Bangunan, dalam meningkatkan daya saing dan menciptakan pengalaman belanja yang lebih menarik bagi pelanggan. Berdasarkan latar belakang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan bangunan di Depo Bangunan?
2. Elemen *store atmosphere* apa saja yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan bangunan?
3. Faktor apa saja yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara *store atmosphere* dan keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan

bangunan?

## METODE PENELITIAN

### 1. Rancangan Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus di Depo Bangunan Denpasar untuk mengeksplorasi bagaimana *store atmosphere* memengaruhi keputusan pelanggan. Berlandaskan paradigma konstruktivisme, realitas dipandang dibentuk lewat interaksi dan interpretasi pelanggan terhadap lingkungan belanja. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, lalu diuji keabsahannya dengan triangulasi sumber dan metode. Desain ini diharapkan memberi pemahaman berbasis pengalaman mengenai peran *store atmosphere* dalam keputusan pembelian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Wawancara

Wawancara dilaksanakan sebanyak 2 kali dengan responden yang berbeda yaitu dengan pegawai Depo Bangunan pada tanggal 15 April 2025 dan bersama 5 konsumen pada tanggal 20 April 2025. Berikut adalah hasil wawancara bersama pegawai dan siswa yang responsnya sudah disubstraksi/ dipersingkat dan disajikan ke dalam bentuk tabel:

#### 1. Ringkasan hasil wawancara bersama pegawai laki-laki Depo Bangunan Denpasar

**Tabel 1. Hasil Wawancara Bersama Pegawai Laki-laki Depo Bangunan Denpasar**

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Pegawai
1.	Bagaimana Anda mendeskripsikan suasana di dalam Depo Bangunan?	Suasana di dalam Depo Bangunan sangat nyaman dan ramah. Kami berusaha menciptakan lingkungan yang bersih dan teratur, sehingga pelanggan merasa betah saat berbelanja. Selain itu, kami juga berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan merasa dihargai
2.	Apa elemen-elemen yang menurut Anda paling berpengaruh dalam menciptakan suasana toko? (misalnya,	Menurut saya, elemen yang paling berpengaruh adalah pencahayaan dan tata letak barang. Pencahayaan yang baik membuat produk terlihat lebih menarik, sementara tata letak yang

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Pegawai
	interior, eksterior, pencahayaan, musik, tata letak barang)	teratur memudahkan pelanggan untuk menemukan apa yang mereka cari. Selain itu, musik yang lembut juga membantu menciptakan suasana yang lebih santai.
3.	Apakah ada umpan balik dari pelanggan mengenai elemen tertentu dari suasana yang mereka sukai atau tidak sukai?	Kami sering mendapatkan umpan balik positif mengenai kebersihan dan kerapihan toko. Pelanggan juga menyukai pencahayaan yang terang. Kami selalu berusaha mendengarkan masukan mereka untuk meningkatkan pengalaman berbelanja.
4.	Menurut Anda, sejauh mana <i>store atmosphere</i> berperan dalam menarik pelanggan untuk berbelanja di Depo Bangunan?	<i>Store atmosphere</i> sangat berperan penting. Ketika pelanggan merasa nyaman dan senang berada di dalam toko, mereka cenderung menghabiskan lebih banyak waktu dan uang. Suasana yang baik juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga mereka kembali lagi di lain waktu.
5.	Apa langkah yang telah dilakukan oleh Depo Bangunan untuk meningkatkan <i>store atmosphere</i> ?	Depo Bangunan telah melakukan beberapa langkah, seperti memperbaiki desain interior dan eksterior, serta meningkatkan pencahayaan di area tertentu. Kami juga rutin mengadakan pelatihan untuk staf agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik. Selain itu, kami mencoba untuk memperhatikan umpan balik pelanggan dan melakukan perubahan berdasarkan saran mereka.

Berdasarkan jawaban pegawai mengenai suasana di dalam Depo Bangunan, dapat disimpulkan bahwa, Depo Bangunan telah berupaya menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan dengan menjaga kebersihan dan keteraturan lingkungan toko. Elemen utama yang berkontribusi terhadap suasana tersebut adalah pencahayaan yang baik, tata letak barang yang teratur, dan musik yang lembut, yang semuanya membantu meningkatkan pengalaman berbelanja. Umpan balik positif dari pelanggan menunjukkan bahwa mereka menghargai kebersihan dan pencahayaan yang terang, meskipun ada permintaan untuk variasi musik. *Store atmosphere* berperan penting dalam menarik pelanggan, yang pada akhirnya membuat pelanggan merasa nyaman, sehingga meningkatkan loyalitasnya. Untuk meningkatkan *store atmosphere*, Depo Bangunan telah melakukan pembaruan desain, meningkatkan

pencahayaan, dan memberikan pelatihan kepada staf, serta aktif mendengarkan masukan pelanggan untuk melakukan perbaikan yang diperlukan.

**2. Ringkasan hasil wawancara bersama pegawai perempuan Depo Bangunan Denpasar**

**Tabel 2. Hasil Wawancara Bersama Pegawai Perempuan Depo Bangunan Denpasar**

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Pegawai
1.	Bagaimana Anda mendeskripsikan suasana di dalam Depo Bangunan?	Suasana di dalam Depo Bangunan terasa hangat dan mengundang. Kami berusaha untuk membuat setiap pelanggan merasa diterima dan dihargai.
2.	Apa elemen-elemen yang menurut Anda paling berpengaruh dalam menciptakan suasana toko? (misalnya, interior, eksterior, pencahayaan, musik, tata letak barang)	Menurut saya, tata letak barang, interior yang menarik, pencahayaan yang tepat, dan interaksi yang baik antara pegawai dan pelanggan sangat berpengaruh dalam menciptakan suasana yang menyenangkan.
3.	Apakah ada umpan balik dari pelanggan mengenai elemen tertentu dari suasana yang mereka sukai atau tidak sukai?	Banyak pelanggan yang menyukai suasana yang bersih dan tata letak barang teratur. Namun, ada beberapa juga yang menginginkan lebih banyak variasi dalam musik yang diputar.
4.	Menurut Anda, sejauh mana <i>store atmosphere</i> berperan dalam menarik pelanggan untuk berbelanja di Depo Bangunan?	<i>Store atmosphere</i> sangat penting. Pelanggan lebih cenderung berbelanja di tempat yang mereka rasa nyaman dan menyenangkan. Ini bisa meningkatkan loyalitas pelanggan.
5.	Apa langkah yang telah dilakukan oleh Depo Bangunan untuk meningkatkan <i>store atmosphere</i> ?	Banyak pelanggan yang menyukai suasana yang bersih dan tata letak barang yang teratur. Namun, ada juga yang menginginkan lebih banyak variasi dalam musik yang diputar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai mengenai suasana di dalam Depo Bangunan pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa suasana di toko tersebut terasa hangat dan mengundang, dengan upaya untuk menciptakan lingkungan yang membuat pelanggan merasa diterima dan dihargai. Elemen-elemen seperti tata letak barang, interior yang menarik, pencahayaan yang tepat, dan interaksi yang baik antara pegawai dan pelanggan sangat berpengaruh dalam menciptakan suasana yang menyenangkan, menunjukkan pentingnya aspek visual dan interaksi sosial dalam

pengalaman berbelanja. Pelanggan memberikan umpan balik positif mengenai kebersihan dan keteraturan tata letak barang dalam toko, meskipun ada beberapa permintaan untuk variasi dalam musik yang diputar, yang menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan. Pegawai juga menekankan bahwa *store atmosphere* berperan penting dalam menarik pelanggan, di mana suasana yang nyaman dapat meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk berbelanja dan meningkatkan loyalitas mereka. Depo Bangunan telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan *store atmosphere*, termasuk menjaga kebersihan dan keteraturan serta mempertimbangkan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan pengalaman berbelanja.

### 3. Ringkasan hasil wawancara bersama Pelanggan 1 Depo Bangunan Denpasar

**Tabel 3. Hasil Wawancara bersama Pelanggan 1 Depo Bangunan Denpasar**

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Pelanggan
1.	Bagaimana Anda menilai suasana di dalam toko? (Sangat Baik, Baik, Cukup, Buruk)	Sangat Baik. Suasana di dalam toko sangat nyaman dan bersih, membuat saya merasa betah berbelanja
2.	Elemen mana yang paling mempengaruhi kenyamanan Anda saat berbelanja? (misalnya, <i>interior</i> , <i>eksterior</i> , pencahayaan, musik, tata letak barang)	Pencahayaan. Pencahayaan yang baik membuat produk terlihat jelas dan menarik, sehingga saya lebih mudah memilih.
3.	Apakah suasana toko mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli produk di Depo Bangunan? Jika ya, coba jelaskan!	Sangat berpengaruh, suasana yang nyaman membuat saya lebih cenderung untuk berbelanja lebih banyak. Ketika saya merasa senang, saya lebih suka menghabiskan waktu di toko.
4.	Apa aspek utama yang membuat Anda memilih berbelanja di Depo Bangunan dibandingkan dengan toko bahan bangunan lainnya?	Harga, kualitas barang dan desain interior yang menarik, membuat saya lebih senang dan nyaman saat berbelanja
5.	Menurut Anda, apakah <i>store atmosphere</i> di Depo Bangunan sudah optimal? Jika belum, apa yang perlu ditingkatkan?	Belum optimal, perlu ditingkatkan pada elemen musik pada beberapa area agar suasana lebih hidup dan menyenangkan.

Berdasarkan hasil wawancara pada Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa suasana di dalam Toko Depo Bangunan dinilai sangat baik, pelanggan merasa nyaman karena kebersihan dan pencahayaan yang optimal. Pencahayaan yang baik menjadi faktor utama yang memudahkan pelanggan dalam memilih produk, serta berkontribusi pada keputusan untuk berbelanja lebih banyak. Harga yang terjangkau,

dan desain interior yang modern dan menarik juga menjadi alasan utama pelanggan memilih berbelanja di Depo Bangunan dibandingkan dengan toko bahan bangunan lainnya. Meskipun suasana sudah cukup memuaskan, pelanggan merasa bahwa elemen musik perlu ditingkatkan pada beberapa area untuk menciptakan suasana yang lebih hidup dan menyenangkan, sehingga dapat lebih meningkatkan pengalaman berbelanja secara keseluruhan.

#### 4. Ringkasan hasil wawancara bersama Pelanggan 2 Depo Bangunan Denpasar

**Tabel 4 Hasil Wawancara bersama Pelanggan 2 Depo Bangunan Denpasar**

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Pelanggan
1.	Bagaimana Anda menilai suasana di dalam toko? (Sangat Baik, Baik, Cukup, Buruk)	Baik. Suasana di dalam toko terasa nyaman dan bersih, dengan penataan barang yang rapi sehingga memudahkan saya untuk mencari produk.
2.	Elemen mana yang paling mempengaruhi kenyamanan Anda saat berbelanja? (misalnya, inteior, eksterior, pencahayaan, musik, tata letak barang)	Interior, desain interior yang modern dan nyaman membuat saya merasa betah berlama-lama di dalam toko ini.
3.	Apakah suasana toko mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli produk di Depo Bangunan? Jika ya, coba jelaskan!	Sangat berpengaruh, suasana yang menyenangkan dan nyaman membuat saya lebih nyaman untuk membeli produk disini.
4.	Apa aspek utama yang membuat Anda memilih berbelanja di Depo Bangunan dibandingkan dengan toko bahan bangunan lainnya?	Harga terjangkau, kualitas pelayanan dan tata letak barang yang jelas dan teratur memudahkan saya dalam menemukan barang yang saya butuhkan.
5.	Menurut Anda, apakah <i>store atmosphere</i> di Depo Bangunan sudah optimal? Jika belum, apa yang perlu ditingkatkan?	Semua elemen sudah baik, tetapi bisa ditingkatkan dengan menambah garis parkir karena saya lebih mudah memarkirkan kendaraan jika terdapat pembatasnya.

Berdasarkan hasil wawancara pada Tabel 4. 4 dapat disimpulkan bahwa suasana di dalam toko Depo Bangunan dinilai baik, dengan kenyamanan yang tinggi karena kebersihan dan penataan barang yang rapi. Desain interior yang modern dan nyaman menjadi faktor utama yang membuat pelanggan betah berlama-lama di dalam toko. Suasana yang menyenangkan dan nyaman berkontribusi pada kepercayaan diri pelanggan dalam melakukan pembelian. Harga yang lebih terjangkau daripada toko lainnya, kualitas pelayanan yang ramah dan hangat serta tata letak barang yang jelas dan teratur memudahkan pelanggan dalam menemukan

produk yang dibutuhkan, sehingga Depo Bangunan menjadi pilihan dibandingkan dengan toko bahan bangunan lainnya. Meskipun semua elemen sudah baik, pelanggan menyarankan untuk menambah pembatas parkir untuk memudahkan pelanggan dalam memarkirkan kendaraannya.

**5. Ringkasan hasil wawancara bersama Pelanggan 3 Depo Bangunan Denpasar**

**Tabel 5. Hasil Wawancara bersama Pelanggan 3 Depo Bangunan Denpasar**

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Pelanggan
1.	Bagaimana Anda menilai suasana di dalam toko? (Sangat Baik, Baik, Cukup, Buruk)	Cukup. Meskipun toko cukup bersih, ada beberapa area yang terlihat kurang terawat dan perlu perhatian lebih.
2.	Elemen mana yang paling mempengaruhi kenyamanan Anda saat berbelanja? (misalnya, interior, eksterior, pencahayaan, musik, tata letak barang)	Tata letak barang. Tata letak barang yang teratur memudahkan saya untuk menemukan produk yang saya cari tanpa harus menghabiskan waktu berkeliling toko.
3.	Apakah suasana toko mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli produk di Depo Bangunan? Jika ya, coba jelaskan!	Sangat berpengaruh, jika suasana tidak nyaman, saya cenderung cepat-cepat keluar tanpa membeli.
4.	Apa aspek utama yang membuat Anda memilih berbelanja di Depo Bangunan dibandingkan dengan toko bahan bangunan lainnya?	Harga, parkir yang luas dan tata letak barang yang strategis dan pengelompokan produk yang sangat baik memudahkan saya untuk melihat semua pilihan yang tersedia
5.	Menurut Anda, apakah <i>store atmosphere</i> di Depo Bangunan sudah optimal? Jika belum, apa yang perlu ditingkatkan?	Cukup optimal, tetapi Perlu perbaikan pada kebersihan dan penataan barang di beberapa area.

Berdasarkan hasil wawancara pada Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa suasana di dalam toko Depo Bangunan dinilai cukup, dengan beberapa area yang terlihat kurang terawat dan memerlukan perhatian lebih untuk meningkatkan kebersihan. Meskipun demikian, tata letak barang yang teratur menjadi elemen penting yang memudahkan pelanggan dalam menemukan produk yang dicari. Suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana ketidaknyamanan dapat membuat pelanggan cepat-cepat keluar tanpa melakukan pembelian. Pelanggan juga mengutamakan harga yang lebih terjangkau, parkir yang luas, dan tata letak barang yang strategis dan pengelompokan produk yang memudahkan mereka melihat semua pilihan yang tersedia. Meskipun *store atmosphere* dianggap cukup optimal, ada kebutuhan untuk perbaikan dalam hal kebersihan dan penataan barang di beberapa area untuk meningkatkan pengalaman

berbelanja secara keseluruhan.

**6. Ringkasan hasil wawancara bersama Pelanggan 4 Depo Bangunan Denpasar**

**Tabel 6. Hasil Wawancara bersama Pelanggan 4 Depo Bangunan Denpasar**

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Pelanggan
1.	Bagaimana Anda menilai suasana di dalam toko? (Sangat Baik, Baik, Cukup, Buruk)	Baik. Suasana toko yang dilengkapi musik yang sesuai membuat merasa lebih nyaman saat berbelanja.
2.	Elemen mana yang paling mempengaruhi kenyamanan Anda saat berbelanja? (misalnya, interior, eksterior, pencahayaan, musik, tata letak barang)	Musik. Musik yang diputar di dalam toko menciptakan suasana yang lebih hidup dan menyenangkan.
3.	Apakah suasana toko mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli produk di Depo Bangunan? Jika ya, coba jelaskan!	Berpengaruh, suasana yang nyaman dilengkapi dengan musik membuat saya merasa terhibur, saya lebih cenderung untuk berlama-lama dan menjelajahi produk.
4.	Apa aspek utama yang membuat Anda memilih berbelanja di Depo Bangunan dibandingkan dengan toko bahan bangunan lainnya?	Aspek utama yang membuat saya memilih berbelanja di Depo Bangunan dibandingkan dengan toko bahan bangunan lainnya adalah suasana musik yang diputar di dalam toko. Ketika saya mendengarkan musik yang sesuai, saya merasa lebih rileks dan betah berlama-lama di dalam toko, sehingga saya dapat lebih fokus dalam memilih produk yang saya butuh kan. Selain itu pelayanan yang sigap juga membuat saya lebih mudah mendapatkan solusi dari permasalahan yang saya temukan
5.	Menurut Anda, apakah <i>store atmosphere</i> di Depo Bangunan sudah optimal? Jika belum, apa yang perlu ditingkatkan?	Sudah optimal, tetapi penyesuaian volume musik di area tertentu, seperti dekat kasir, bisa dipertimbangkan agar tidak mengganggu interaksi antara staf dan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara pada Tabel 6 dapat disimpulkan bahwa suasana di dalam toko Depo Bangunan dinilai baik, dengan musik yang sesuai meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berbelanja. Musik menjadi elemen utama

yang mempengaruhi kenyamanan pelanggan, menciptakan suasana yang lebih hidup dan menyenangkan. Suasana yang nyaman, dilengkapi dengan musik, membuat pelanggan merasa terhibur dan lebih cenderung untuk berlama-lama serta menjelajahi produk. Pelanggan memilih berbelanja di Depo Bangunan dibandingkan dengan toko bahan bangunan lainnya karena suasana musik yang membuat mereka merasa lebih rileks dan fokus dalam memilih produk. Selain itu, pelayanan pegawai yang sigap juga mempermudah konsumen dalam menyelesaikan permasalahannya. Meskipun *store atmosphere* dianggap sudah optimal, pelanggan menyarankan agar penyesuaian volume musik di area tertentu, seperti dekat kasir, dipertimbangkan agar tidak mengganggu interaksi antara staf dan pelanggan.

### 7. Ringkasan hasil wawancara bersama Pelanggan 5 Depo Bangunan Denpasar

**Tabel 7. Hasil Wawancara bersama Pelanggan 5 Depo Bangunan Denpasar**

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Pelanggan
1.	Bagaimana Anda menilai suasana di dalam toko? (Sangat Baik, Baik, Cukup, Buruk)	Sangat Baik. Suasana luar toko yaitu area parkir yang cukup dan mudah diakses membuat saya merasa lebih nyaman saat berkunjung. Hal ini memudahkan saya untuk berbelanja tanpa khawatir tentang tempat parkir.
2.	Elemen mana yang paling mempengaruhi kenyamanan Anda saat berbelanja? (misalnya, interior, eksterior, pencahayaan, musik, tata letak barang)	Eksterior. Penampilan luar toko yang menarik membuat saya tertarik untuk masuk dan berbelanja, terutama tata letak <i>plank</i> toko
3.	Apakah suasana toko mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli produk di Depo Bangunan? Jika ya, coba jelaskan!	Ya, suasana toko baik dari desain interior yang menarik, pencahayaan yang baik, dan tata letak yang memudahkan memilih barang, membuat saya merasa lebih mudah dalam memilih produk apalagi dengan jadwal saya yang cukup padat jadi saya bisa cepat menemukan barang yang saya butuhkan.
4.	Apa aspek utama yang membuat Anda memilih berbelanja di Depo Bangunan dibandingkan dengan toko bahan bangunan lainnya?	Penampilan luar yang menarik, eksterior toko yang menarik membuat saya tertarik untuk masuk. Kualitas pelayanan juga sangat bagus, pegawai dan kasir sangat <i>responsible</i> jadi saya merasa nyaman untuk bertanya.

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Pelanggan
5.	Menurut Anda, apakah <i>store atmosphere</i> di Depo Bangunan sudah optimal? Jika belum, apa yang perlu ditingkatkan?	Sudah optimal, tetapi bisa ditambahkan fasilitas luar ruangan seperti tempat duduk dan area bermain untuk anak-anak karena saya sering kali anak saya ikut berbelanja dan dia bosan di dalam toko.

Berdasarkan hasil wawancara pada Tabel 7 dapat disimpulkan bahwa suasana di dalam toko Depo Bangunan dinilai sangat baik, dengan area parkir yang cukup dan mudah diakses memberikan kenyamanan saat berkunjung. Elemen eksterior, termasuk penampilan luar toko yang menarik dan tata letak *plank* yang jelas, menjadi faktor utama yang mempengaruhi kenyamanan pelanggan dan menarik minat mereka untuk berbelanja. Suasana toko yang didukung oleh desain interior yang menarik, pencahayaan yang baik, tata letak serta kualitas pelayanan yang sangat baik memudahkan navigasi juga berkontribusi pada keputusan pembelian, terutama bagi pelanggan dengan jadwal yang padat. Meskipun *store atmosphere* dianggap sudah optimal, pelanggan menyarankan penambahan fasilitas luar ruangan seperti tempat duduk dan area bermain untuk anak-anak, agar pengalaman berbelanja menjadi lebih menyenangkan bagi seluruh keluarga.

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelanggan Depo Bangunan Denpasar, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap suasana toko secara umum, terutama terkait kelengkapan produk dan kemudahan akses area belanja. Namun demikian, beberapa pelanggan memberikan evaluasi "cukup" terhadap aspek kenyamanan ruang, penataan produk, serta interaksi pelayanan dari staf toko. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun *store atmosphere* telah memenuhi kebutuhan dasar pelanggan, masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam hal estetika visual, keteraturan *display* barang, dan penyampaian informasi produk. Pelanggan juga menyarankan perlunya optimalisasi dalam komunikasi petugas, penyediaan area tunggu yang lebih nyaman, serta penambahan fasilitas pendukung seperti papan informasi dan petunjuk navigasi dalam toko. Secara keseluruhan, temuan ini mencerminkan bahwa keputusan pelanggan dalam memilih toko dipengaruhi tidak hanya oleh ketersediaan produk, tetapi juga oleh pengalaman belanja yang menyenangkan, efisien, dan didukung oleh *store atmosphere* yang dirancang secara strategis.

## 2. Hasil Observasi

Observasi dilaksanakan sebanyak 1 kali dengan untuk mengamati elemen yang berkaitan dengan *store atmosphere* pada Depo Bangunan Denpasar yang dilaksanakan pada tanggal 13 April 2025. Berikut adalah hasil observasi disajikan ke dalam bentuk tabel:

**Tabel 8. Hasil Observasi pada Bangunan Denpasar**

No.	Elemen <i>Store Atmosphere</i>	Hasil Observasi
1.	<i>Layout</i> Toko	<i>Layout</i> toko di Depo Bangunan Denpasar dirancang dengan baik, dengan penataan barang yang teratur dan jelas. Produk-produknya dikelompokkan berdasarkan kategori, seperti bahan bangunan, alat perkakas, dan perlengkapan rumah tangga. Walaupun pada bagian keramik terdapat beberapa yang belum diletakan sesuai jenis keramik, marmer, granit dan sejenisnya. Lebar gang memudahkan pelanggan untuk bergerak di dalam toko tanpa merasa terdesak. Penempatan <i>signage</i> yang informatif juga membantu pelanggan dalam menemukan produk yang mereka cari dengan cepat. Area parkir yang luas namun tidak berisi garis parkir sehingga konsumen yang kurang disiplin mengambil banyak tempat untuk memarkirkan kendaraannya.
2.	Pencahayaannya	Pencahayaannya di dalam toko cukup baik, dengan kombinasi antara pencahayaan umum dan pencahayaan fokus pada area tertentu, seperti <i>display</i> produk unggulan. Lampu yang digunakan memberikan cahaya yang terang tanpa membuat suasana terasa terlalu menyilaukan. Pencahayaan yang baik ini sangat penting untuk kenyamanan pelanggan saat berbelanja.
3.	Musik	Musik yang diputarkan di dalam toko memiliki tempo yang sedang dan tidak terlalu keras, menciptakan suasana yang menyenangkan dan nyaman. Jenis musik yang dipilih cenderung instrumental, yang tidak mengganggu percakapan antara pelanggan dan staf. Suasana yang dihasilkan oleh musik ini membuat pelanggan merasa lebih rileks dan betah berlama-lama di dalam toko.

4.	Warna Interior	Warna interior toko didominasi oleh nuansa netral, seperti putih dan abu-abu, yang memberikan kesan bersih dan modern. Beberapa area juga menggunakan aksen warna cerah untuk menarik perhatian pada produk tertentu. Kombinasi warna ini menciptakan suasana yang tidak membosankan, serta membantu dalam menonjolkan produk yang dipajang.
5.	Interaksi Pelanggan dengan Lingkungan Toko	Pelanggan berinteraksi dengan lingkungan toko dengan baik. Banyak pelanggan yang terlihat menjelajahi berbagai area, membaca informasi produk, dan berdiskusi dengan staf mengenai produk yang mereka butuhkan. Staf toko terlihat ramah dan sigap membantu, sehingga meningkatkan pelanggan merasa dihargai. Interaksi ini menunjukkan bahwa <i>store atmosphere</i> yang baik sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya memilih untuk terus berbelanja.

Berdasarkan hasil observasi pada Tabel 8 dapat disimpulkan bahwa, elemen-elemen *store atmosphere* di Depo Bangunan Denpasar, yang mencakup *layout* toko, pencahayaan, musik, warna interior, dan interaksi pelanggan, berpengaruh sangat berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian di toko ini. Suasana yang nyaman, kemudahan dalam mencari barang yang dibutuhkan karena *layout* toko yang tertata dengan baik membuat pelanggan lebih hemat waktu untuk melakukan pembelian. Hasil observasi ini juga menunjukkan bahwa pengelolaan *store atmosphere* yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian. Sehingga pelanggan akan tetap memilih Depo Bangunan Denpasar untuk membeli bahan bangunan yang dibutuhkan.

### 3. Hasil Dokumentasi

Hasil dokumentasi yang dilakukan berupa laporan keuangan serta foto elemen *store atmosphere* Depo Bangunan Denpasar disajikan pada tabel dan gambar berikut:

Catatan/Notes	Modal Saham Dikuasai dan Diperoleh Shareholder Fully Paid Share Capital	Tambahan Modal/Divestasi/ Aditional/ Pastor Capital	Salah Transaksi/ Perubahan Kualitas Emisi Arah dan Sempak Transaksi dengan Kepentingan Non-Pengendali Differences Arising from Changes in Equity of Subsidiary and/ Effect of Transactions with Non-Controlling Interest	Salah Laba - Tahan Ditentukan Penggunaannya untuk Dana Cadangan Umum/ Retained Earnings/ Appropriated for General Reserve	Salah Laba - Belum Ditentukan Penggunaannya/ Retained Earnings/ Unappropriated	Sub-Jumlah/ Sub-Total	Kepentingan Non-Pengendali/ Non-Controlling Interest	Jumlah/ Equity/ Total Equity	
Saldo 31 Desember 2022									Balance as at December 31, 2022
Dewan tunai	23	-	-	-	(15.817.800.000)	(15.817.800.000)	(38)	(15.817.800.000)	Cash equivalents
Dana cadangan umum	23	-	-	5.000.000.000	(5.800.000.000)	-	-	-	General reserve
Labanya komprehensif lain tahun berjalan - setelah pajak		-	-	-	404.861.480	404.861.480	-	404.861.480	Other comprehensive income for the year - net of tax
Labanya tahun berjalan		-	-	-	85.846.482.876	85.846.482.876	150	85.846.482.842	Income for the year
Saldo 31 Desember 2023	169.750.000.000	483.181.228.021	(148.976.737)	13.086.986.986	674.871.412.872	1.240.783.834.966	1.378	5.240.783.832.344	Balance as at December 31, 2023
Dewan tunai	23	-	-	-	(27.760.000.000)	(27.760.000.000)	(88)	(27.760.000.000)	Cash equivalents
Dana cadangan umum	23	-	-	5.000.000.000	(5.800.000.000)	-	-	-	General reserve
Labanya komprehensif lain tahun berjalan - setelah pajak		-	-	-	431.832.480	431.832.480	-	431.832.480	Other comprehensive income for the year - net of tax
Labanya tahun berjalan		-	-	-	95.244.987.877	95.244.987.877	150	95.244.986.157	Income for the year
Saldo 31 Desember 2024	169.750.000.000	483.181.228.021	(148.976.737)	18.086.986.986	826.487.342.918	1.309.289.758.412	1.492	5.309.289.756.968	Balance as at December 31, 2024

**Gambar 1. Laporan Keuangan Depo Bangunan Denpasar**  
 Sumber: Dokumen Depo Bangunan Denpasar



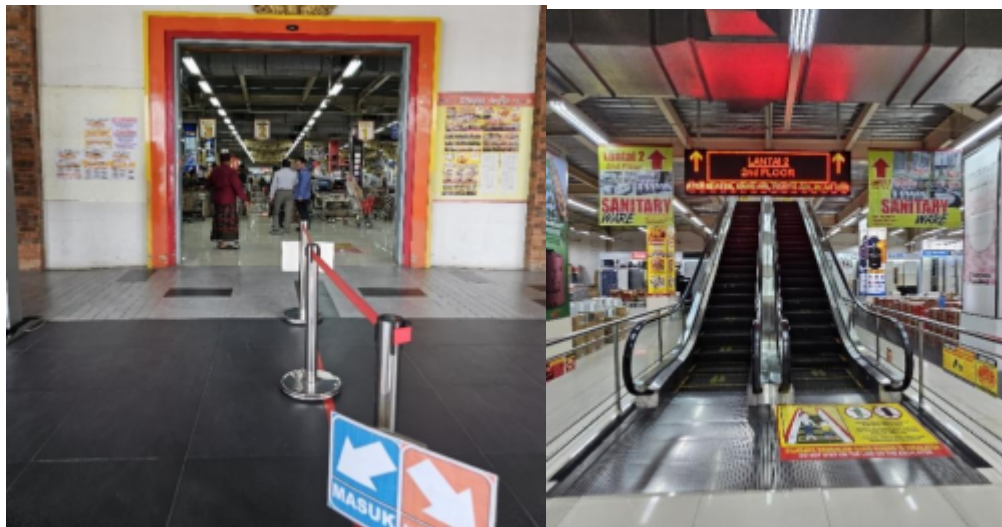
**Gambar 2. Bagian Muka Toko Depo Bangunan Denpasar**



**Gambar 3. Pintu Masuk Depo Bangunan Denpasar**



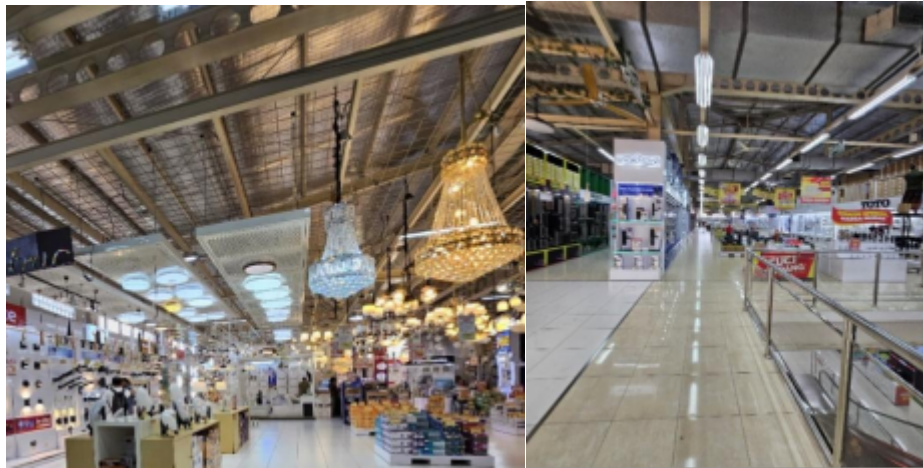
**Gambar 4. Parkir Depo Bangunan Denpasar**



**Gambar 5. Akses masuk lantai 1 dan lantai 2 Depo Bangunan Denpasar**



**Gambar 6. Penempatan Depo Bangunan Denpasar**



**Gambar 7. Pencahayaan Depo Bangunan Denpasar**



**Gambar 8. Lebar Gang Depo Bangunan Denpasar**



**Gambar 9. Loker Penitipan Barang Depo Bangunan Denpasar**



**Gambar 10. Ruang Tunggu Depan Depo Bangunan Denpasar**

Berdasarkan hasil dokumentasi dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan Depo Bangunan Denpasar 2022-2024 menunjukkan kestabilan pendapatan selama 3 tahun terakhir, hal ini juga dapat menggambarkan banyaknya penjualan pada toko ini yang dengan kata lain toko ini mempunyai pelanggan yang bertambah setiap tahunnya. Sementara elemen toko menunjukkan seperti bagian muka toko, pintu masuk, area parkir, dan pencahayaan dirancang untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi pelanggan. Tata letak yang efisien, lebar gang yang memadai, serta fasilitas seperti loket penitipan barang dan ruang tunggu juga menjadi elemen yang berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan untuk berbelanja, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga secara tidak langsung juga meningkatkan keputusan pelanggan untuk memilih Depo Bangunan Denpasar.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh *Store atmosphere* terhadap Keputusan Pelanggan dalam Memilih Toko Bahan Bangunan di Depo Bangunan**

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa *Store atmosphere* terhadap keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan bangunan di Depo Bangunan. Berdasarkan hasil wawancara bersama pegawai yang menyatakan bahwa suasana toko yang nyaman sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga pembeli menjadi pelanggan dan terus memilih Depo Bangunan Denpasar sebagai toko bahan bangunan. Berdasarkan hasil wawancara bersama beberapa pelanggan toko juga menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap *store atmosphere* sangat mempengaruhi keputusannya dalam memilih toko bangunan. Artinya bahwa semakin baik *store atmosphere* maka akan semakin tinggi keputusan pelanggan untuk memilih toko Depo Bangunan Denpasar. Hasil wawancara terhadap lima pelanggan menunjukkan bahwa *store atmosphere* di Depo Bangunan berperan penting dalam membentuk pengalaman berbelanja yang positif. Elemen-elemen seperti pencahayaan yang terang, kebersihan toko, keteraturan tata letak produk, serta kenyamanan ruang gerak dinilai sangat mendukung keputusan pembelian.

Sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa suasana toko yang nyaman dan bersih mendorong mereka untuk kembali berbelanja. Meski demikian, terdapat masukan mengenai perlunya perbaikan pada fasilitas seperti tempat duduk dan pendingin udara di area tertentu. Secara keseluruhan, *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan dan loyalitas pelanggan, meskipun faktor harga dan pelayanan juga tetap menjadi pertimbangan penting dalam keputusan mereka memilih Depo Bangunan sebagai tempat berbelanja bahan bangunan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rumajar et al. (2022) yang menyatakan bahwa atmosfer toko berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Selain itu, Afiani (2019) juga menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa pelanggan semakin baik *store atmosphere* dari sebuah toko maka semakin meningkat keputusan pelanggan dalam memilih membeli barang di toko tersebut. Namun, hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bala (2022) dan Angelika & Lego (2022), menyatakan bahwa suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Merujuk pada teori Kotler (1973-1974), yang juga menyatakan bahwa *store atmosphere* dapat menciptakan lingkungan belanja yang memengaruhi keputusan pelanggan. Artinya, bahwa *store atmosphere* yang dikelola dengan baik dapat menciptakan pengalaman belanja yang positif, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mempengaruhi loyalitas serta keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan Teori Stimulus-Organism-Response (SOR) oleh Mehrabian dan Russell (1974), yang menyatakan bahwa faktor eksternal yang mempengaruhi pelanggan, seperti *store atmosphere* (pencahayaan, musik, warna, tata letak, interior, eksterior dan lainnya), respons psikologis yang dialami pelanggan akibat stimulus, seperti emosi positif (kenyamanan, kesenangan) atau negatif (kebingungan, ketidaknyamanan), perilaku yang dihasilkan, seperti keputusan untuk membeli, berlama-lama di toko, atau memilih toko lain. Artinya bahwa *store atmosphere* berfungsi sebagai stimulus, yang kemudian mempengaruhi persepsi dan emosi pelanggan (organisme), yang akhirnya berdampak pada memilih toko Depo Bangunan Denpasar dalam melakukan keputusan pembelian (*response*).

## **2. Elemen *Store atmosphere* yang Memiliki Pengaruh Dominan terhadap Keputusan Pelanggan dalam Memilih Toko Bahan Bangunan**

Berdasarkan hasil wawancara bersama pegawai Depo Bangunan Denpasar yang telah dilakukan mengenai elemen *store atmosphere* yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan bangunan adalah tata letak barang pencahayaan, dan faktor pendukung lainnya. Pencahayaan yang baik membuat produk terlihat lebih menarik, begitu pun terdapat faktor pendukung seperti interior toko yang terlihat unik dan bagus dapat meningkatkan minat pelanggan untuk memilih berbelanja, sementara tata letak yang teratur memudahkan pelanggan untuk menemukan apa yang dicari. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan beberapa pelanggan Depo Bangunan Denpasar juga menyebutkan bahwa elemen

toko seperti tata letak barang pencahayaan, interior, eksterior, dan musik berpengaruh terhadap persepsi pelanggan dalam menilai *store atmosphere* yang baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Berman dan Evans (2013), yang menyatakan bahwa *store atmosphere* terdiri dari empat elemen utama yang mempengaruhi keputusan pelanggan yaitu *eksterior*, *general interior*, *store layout*, *interior point of purchase (POP) display*. Artinya bahwa elemen luar toko Depo Bangunan Denpasar mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk datang berkunjung, lalu setelah masuk ke dalam toko elemen *general interior* termasuk musik dan pencahayaan, *store layout*, *interior point of purchase (POP) display* sangat berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk memilih barang yang diperlukan dan berujung pada memilih Depo Bangunan Denpasar sebagai toko bangunan langganannya.

### **3. Faktor-faktor yang Dapat Memperkuat atau Melemahkan Hubungan Antara *Store atmosphere* dan Keputusan Pelanggan dalam Memilih Toko Bahan Bangunan**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, faktor yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *store atmosphere* dan keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan bangunan adalah harga dan kualitas pelayanan, beberapa jawaban responden (pelanggan) Depo Bangunan Denpasar menyatakan bahwa toko ini dipilih karena dapat memberikan kualitas pelayanan yang ramah dan hangat dan dapat bersaing dengan toko bahan bangunan lainnya. Faktor-faktor tersebut dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan, pelayanan pegawai yang ramah dan hangat dapat membuat pelanggan nyaman untuk bertanya dan juga pengelolaan *store atmosphere* yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian. Sehingga pelanggan tetap memilih Depo Bangunan Denpasar untuk membeli bahan bangunan yang dibutuhkan.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan Teori Perilaku Konsumen oleh Kotler & Keller (2016:251) menjelaskan bahwa keputusan pembelian pelanggan melalui beberapa tahapan yaitu salah satunya pelanggan mengevaluasi alternatif yang dalam hal ini konsumen membandingkan berbagai pilihan berdasarkan harga, kualitas produk dan pelayanan, *store atmosphere*, dan faktor lainnya, lalu mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan pembelian, selanjutnya konsumen mengevaluasi pengalaman belanja, yang dapat memengaruhi keputusan untuk berbelanja kembali atau merekomendasikan toko tersebut kepada orang lain. Artinya bahwa faktor-faktor harga, kualitas produk dan pelayanan, *store atmosphere* sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menentukan keputusan melakukan pembelian yang pada akhirnya menentukan keputusan memilih toko yang sesuai keinginannya. Dalam penelitian ini, *store atmosphere* dapat menjadi faktor situasional yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih toko bahan bangunan.

Hasil penelitian juga didukung dengan pernyataan Parasuraman et al., (1988)

yang menyatakan kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama yaitu *tangible* yang meliputi aspek fisik seperti kebersihan, desain toko, fasilitas, dan tampilan karyawan, *reliability* yaitu kemampuan toko dalam memberikan layanan yang konsisten dan terpercaya, *responsiveness* mencakup kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan menangani keluhan, *assurance* sebagai jaminan kepercayaan yang diberikan oleh toko kepada pelanggan, serta *empathy* yakni kemampuan toko dalam memberikan perhatian dan layanan yang personal kepada pelanggan. Bila *store atmosphere* dikombinasikan dengan kualitas layanan yang baik, maka dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih positif, yang akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afiani, D. (2019). Pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Toko Stars. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3).
- Agustina, L. (2017). Pengaruh suasana toko dan keanekaragaman produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toserba Maya di Kecamatan Randublatung Kabupaten Blora. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).
- Angelika, A., & Lego, Y. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian produk minuman Chatime di Mall Ciputra, Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 31-39.
- Anisa, I. H. (2011). Analisis pengaruh earning per share (EPS), return on equity (ROE), dan debt to equity ratio (DER) terhadap return saham pada perusahaan-perusahaan dalam Jakarta Islamic Index (JII) periode tahun 2005-2007. [Skripsi, Universitas Diponegoro].
- Badan Pusat Statistik. (2023). Provinsi Jambi dalam angka 2023. Jambi: Badan Pusat Statistik.
- Bala, B. S. B. (2022). Pengaruh lokasi, suasana toko, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Dinoyo Malang. Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2016). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi ketiga). Jakarta: Salemba Empat.

- Mulyana, A. E., & NI, A. P. (2020). Pengaruh promosi, atmosfer toko, dan motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif konsumen ritel modern di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 4(1), 18-22.
- Rubiyanti, D. H. (2014). Pengaruh *store atmosphere* terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen China Emporium Factory Outlet Bandung.
- Rumajar, M. D., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh lokasi dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian pada Warkop Kemang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 266-275.