

JURNAL ILMIAH EKONOMIKA

VOLUME 15 NOMOR 1, APRIL 2022

PENGARUH TENAGA KERJA DAN INVESTASI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI PROVINSI SUMATERA SELATAN PERIODE TAHUN 2001-2020

✎ *Ali Akbar, Novie Al Muhariah, Asril*

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN INTERNET BANKING, DAN TINGKAT KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA (STUDI KASUS PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk., KANTOR CABANG KHUSUS)

✎ *Agustinus Yanuar Budhi Heriyanto, Hasan Basri, Lily Nabilah, Irna Mulyati*

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN EMPLOYEE ENGAGEMENT TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. POS INDONESIA (PERSERO) CABANG BATURAJA

✎ *Anita, Rr Dimas Veronica Priharti, Tati Herlina*

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENATAAN BARANG TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA INDOMARET TALANG BANYU TEBING TINGGI

✎ *Kasinem*

PENGARUH SEMANGAT KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA PT. MULTI MEDIA SELULAR BATURAJA

✎ *Rosmala Dewi, Dyah Ayu Putriani, Windiara*

PENGARUH KUALITAS KERJA, PENGAWASAN DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PUSKESMAS BANDAR JAYA LAHAT

✎ *M. Pahlan, Mujari*

PENGARUH KEPERIBADIAN, DEMOGRAFI DAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PENJUAL MARTABAK MANIS DI KAYU AGUNG KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

✎ *Zubaidah Warni*

ANALISIS EFISIENSI PENGGUNAAN MODAL KERJA PERUSAHAAN DENGAN RASIO KEUANGAN (STUDI KASUS PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA Tbk., PERIODE 2014-2019)

✎ *Mailani Rabiulkhri, Nourma Wulanda, Maizar Santoni*



All images searched from Google



JURNAL ILMIAH EKONOMIKA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BATURAJA

Volume 15 Nomor 1, April 2022

p-ISSN 2085-0352

e-ISSN 2775-6823

Ekonomika Adalah Jurnal Ilmiah Yang Menyajikan Berbagai Tulisan Ilmiah Dalam Bentuk Ringkasan Hasil Penelitian, Artikel Ilmiah, dan Resensi Buku di Bidang Ilmu Ekonomi. Redaksi Mengundang Para Pakar, Praktisi, Akademisi, Peneliti, dan Siapa Saja Yang Peduli Dengan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Diterbitkan secara berkala 2 (dua) kali dalam 1 (satu) tahun (Edisi Bulan April dan Oktober) oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Provinsi Sumatera Selatan.

Penanggung Jawab :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja
NOVEGYA RATIH PRIMANDARI, S.E., M.Si.

Pemimpin Redaksi :

ALI AKBAR, S.E., M.Si.

Mitra Bestari :

RATNA SETYAWATI GUNAWAN, S.E., M.Si. (Universitas Jend. Soedirman, Purwokerto);
YULIA INDRAWATI, S.E., M.Si. (Universitas Jember); MUKHLIS, S.E., M.Si. (Universitas Sriwijaya);
Drs. SYAFARUDDIN ALWI, M.S. (Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta);
SYAIFUL SAHRI, S.E., M.Si. (Universitas Tridinianti, Palembang).

Dewan Penyunting :

Ketua: TATI HERLINA, S.E., M.Si.
Anggota: Dr. RINI EFRIANTI, S.E., M.Si.; Dr. YUNITA SARI, S.E., M.Si.;
NAZIPAWATI, S.E., M.Si.; ROSMALA DEWI, S.E., M.Si.; EKA MEILIYA DONA S.E., M.Si., Ak., C.A.

Setting & Layout :

Ketua: MUHAMAD MARDIANSYAH, S.E., M.Si.;
Anggota: RR. DIMAS VERONICA PRIHARTI, S.E., M.M.;
ANDRI IRAWAN, S.E., M.Si.

Sirkulasi dan Distribusi :

DYAH AYU PUTRIANI, S.Pd., M.Si.; SERLYANA, S.Pd.

ALAMAT REDAKSI :

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BATURAJA
Jl. Ki Ratu Penghulu No. 02301 Karang Sari, Baturaja OKU 32115 Sumsel
Telepon/Fax : (0735) 326122
Website: <http://www.fe.unbara.ac.id>
e-journal website: <http://journal.unbara.ac.id/index.php/fe>
Email: ekonomika.unbara@gmail.com / fe@unbara.ac.id
Contact Persons: - Ali Akbar, S.E., M.Si. (082280867188);
- Tati Herlina, S.E., M.Si. (083164895936)

Redaksi menerima naskah berupa artikel ilmiah, ringkasan hasil penelitian dan resensi buku di bidang Ilmu Ekonomi yang belum pernah diterbitkan oleh media lain. Naskah dikirim dalam bentuk file *softcopy*/CD, atau via e-mail ke alamat Kantor/E-mail Redaksi Jurnal Ekonomika dengan format seperti tercantum pada halaman dalam *cover* belakang.
Redaksi berhak menyunting naskah tanpa mengubah substansi.

EKONOMIKA

Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja

Volume 15 Nomor 1, April 2022

DAFTAR ISI

HAL.

1. Pengaruh Tenaga Kerja dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Sumatera Selatan Periode Tahun 2001-2020
Ali Akbar, Novie Al Muhariah, & Asril..... 1 - 19
2. Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Layanan *Internet Banking*, dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Kantor Cabang Khusus)
Agustinus Yanuar Budhi Heriyanto, Hasan Basri, Lily Nabilah, & Irna Mulyati 20 - 38
3. Pengaruh Budaya Organisasi dan *Employee Engagement* Terhadap Kinerja Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Baturaja
Anita, Rr Dimas Veronica Priharti, & Tati Herlina..... 39 - 55
4. Pengaruh Kualitas Produk dan Penataan Barang Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi
Kasinem 56 - 69
5. Pengaruh Semangat Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Multi Media Selular Baturaja
Rosmala Dewi, Dyah Ayu Putriani, & Windiara 70 - 86
6. Pengaruh Kualitas Kerja, Pengawasan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Puskesmas Bandar Jaya Lahat
M. Pahlan & Mujari..... 87 - 102
7. Pengaruh Kepribadian, Demografi dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Penjual Martabak Manis di Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir
Zubaidah Warni 103 - 121
8. Analisis Efisiensi Penggunaan Modal Kerja Perusahaan Dengan Rasio Keuangan (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk., Periode 2014-2019)
Mailani Rabiulkhri, Nourma Wulanda, & Maizar Santoni 122 - 130

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENATAAN BARANG TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA INDOMARET TALANG BANYU TEBING TINGGI

Kasinem

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Serele Lahat

[\[kasinem.stie@gmail.com\]](mailto:kasinem.stie@gmail.com)

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of product quality and product arrangement on repurchase interest at Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi. The sample in this study were 70 respondents who were consumers of Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi. The sampling method used by the researcher is Incidental sampling. This type of research is quantitative research using multiple linear regression and produce a regression equation :

$Y = 2.285 + 0.427X_1 + 0.647X_2$. The results in this study are 1) The independent variable of product quality on the dependent variable of repurchase intention at Indomaret has a significant positive effect, because the value of T count is greater than T table and a significant level of 0.05 can be declared to have a positive effect. 2) The independent variable of goods arrangement on the variable of repurchase interest has a significant positive effect, because the value of T count is greater than T table and a significant level of 0.05 can be declared to have a positive effect. 3) Based on the F-Test, product quality and product arrangement have a positive and significant effect simultaneously on repurchase intention. It can be seen from the F-test that F count is 126,227, then Fcount > Ftable (44.404 > 2.74), with a significance of 0.000 < 0.05.

Keywords : *Product quality, Goods arrangement, Repurchase intention*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami perkembangan dan kemajuan yang cukup pesat. Sektor ritel dan perbelanjaan menunjukkan perkembangan yang signifikan serta memberikan kontribusi positif dalam pemulihan

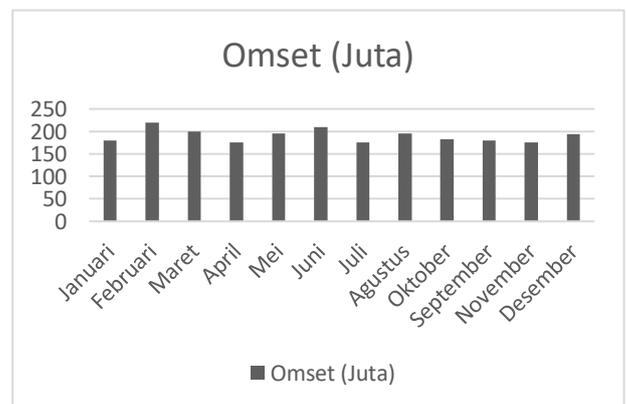
perekonomian Indonesia. Bentuk usaha ritel yang mengalami perkembangan pesat adalah minimarket yang terdiri atas : Indomaret, Alfamart, Giant, Alfa Midi dan Hypermart. Sekarang ini banyak bermunculan mini market dengan berbagai fasilitas yang semakin lengkap.

Kualitas produk yang ditawarkan Indomaret sangatlah menentukan minat pembelian ulang konsumen yang apabila telah terjadi pembelian, lalu konsumen tersebut merasa kualitas produk yang sesuai dengan yang diharapkan, maka akan menjadikan konsumen tersebut loyal terhadap produk dari merek indomaret tersebut. Karena Produk merupakan sentral dari kegiatan pemasaran, keberhasilan suatu perusahaan dapat diketahui dari respon yang ditunjukkan oleh konsumen. Maka dengan hal demikian perusahaan dapat lebih memperhatikan kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk.

Saat ini Indomaret berhasil mengoperasikan beberapa outlet yang tersebar di berbagai wilayah di Kabupaten Empat Lawang. Masing-masing toko menyediakan lebih dari 4.800 jenis makanan dan kebutuhan sehari-hari. Persebaran Indomaret yang hampir berada di wilayah Kabupaten Empat Lawang menjadikan ritel ini sangat dikenal oleh masyarakat Empat Lawang, diberbagai kecamatan dapat ditemui lebih dari tiga minimarket Indomaret. Hal ini sangat menguntungkan

konsumen, karena konsumen tidak susah untuk mencari kebutuhan yang diinginkan.

Mini market Indomaret yang ada didaerah Kota Tebing Tinggi khususnya di Kelurahan Tanjung Kupang Indomaret Talang Banyu sangatlah strategis penempatan lokasinya. Selain itu indomaret juga memberikan pelayanan hingga 24 jam sehingga membuat konsumen sangat terbantu dalam mencari kebutuhan yang mendesak. Dengan posisi indomaret yang demikian memberikan peningkatan pendapatannya, hal ini dapat dilihat dari kurva omset penjualan pada tahun 2020:



Sumber: (Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi Tahun 2021

Gambar 1.1
Omset Penjualan Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi Tahun 2020

Dari grafik diatas dapat dilihat omset penjualan yang mengalami

fluktasi tiap tahunnya, kadang omset mengalami peningkatan dan kadang omset mengalami penurunan, hal ini dipengaruhi oleh minat pembelian ulang konsumen pada indomaret. Dikarenakan adanya tempat perbelanjaan yang lain dan memberikan banyak pilihan bagi konsumen untuk mencari dan membandingkan pengecer atau swalayan yang satu dengan Indomaret dan swalayan lain.

Kebiasaan konsumen memilih toko swalayan bukan merupakan hal yang mengherankan. Kecenderungan konsumen untuk memilih toko swalayan yang dikunjungi merupakan hal yang wajar, hal inilah yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen mengalami penurunan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah menentukan kebutuhan dimana keinginan konsumen serta memberikan kepuasan secara lebih efektif dari yang diberikan oleh pesaing.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh kualitas produk dan penataan barang**

terhadap minat pembelian ulang pada Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh antara kualitas produk dan penataan barang terhadap minat pembelian ulang pada Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi, baik secara parsial maupun simultan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan penataan barang terhadap minat pembelian ulang pada Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Minat Pembelian Ulang

Menurut Sutisna (2017: 167) minat pembelian ulang adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen mengalami desakan tiba-tiba, yang biasanya sangat kuat dan menetap untuk membeli sesuatu dengan segera. Dorongan membeli

adalah sifat foya-foya dan dapat merangsang konflik emosional, sehingga minat pembelian ulang mudah terjadi karena adanya keinginan konsumen yang berubah-ubah minat pembelian ulang.

Indikator-Indikator Minat Pembelian Ulang

Indikator minat pembelian ulang menurut Utami (2015: 72):

1. Spontanitas
Pembelian ini tidak diharapkan dan memotivasi konsumen untuk membeli saat itu juga, serta sering menjadi respon terhadap simulasi visual langsung ditempat penjualan.
2. Kekuatan
Kompulsi dan intensitas, adanya motivasi untuk mengesampingkan semua hal dan bertindak dengan seketika.
3. Kegairahan dan stimulasi
adanya desakan secara mendadak untuk membeli barang dan disertai emosi yang dicirikan sebagai menggairahkan, menggetarkan atau liar.
4. Ketidak pedulian akan akibat
Desakan untuk membeli barang menjadi sulit untuk ditolak

sehingga akibat negative sering diabaikan.

Pengertian Kualitas Produk

Konsep produk yang berkaitan dengan reputasi produk sebagai persepsi dari kualitas produk atau jasa yang hubungannya dengan nama produknya. Tjiptono (2015:126) mendefinisikan kualitas produk adalah “Segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide”.

Sedangkan Menurut Lupiyoadi (2016:43) kualitas produk adalah “Salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk

Indikator – indikator Kualitas Produk

Menurut Lupiyoadi (2016: 96) mengemukakan indikator kualitas produk antara lain :

1. Rancangan (*design*), sebagai spesifikasi produk.
2. Kesesuaian (*conformance*), yakni kesesuaian antara maksud desain dengan penyampaian produk aktual.

3. Ketersediaan (*availability*), mencakup aspek yang dipercaya, serta ketahanan, dan produk itu tersedia bagi konsumen untuk digunakan.
4. Keamanan (*safety*), aman dan tidak membahayakan konsumen.
5. Guna praktis (*field use*), kegunaan praktis yang dapat dimanfaatkan pada penggunaannya oleh konsumen.

Pengertian Penataan Barang

Menurut Suyanto (2015: 167) penataan barang merupakan hasil desain display secara keseluruhan yang digunakan peritel untuk menjual produknya. Menurut Foster (2016:72), penataan barang merupakan usaha mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung. Menurut Ma'ruf (2015: 211) penataan barang adalah keinginan membeli sesuatu, yang tidak didorong oleh daya tarik, atau oleh penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya

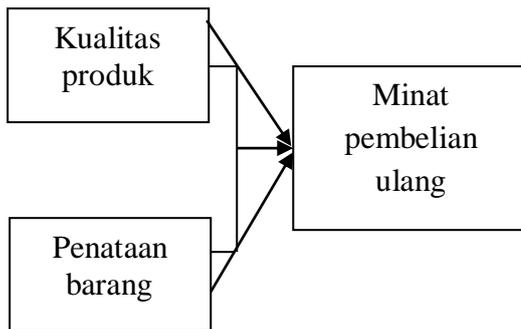
Indikator – indicator Penataan Barang

Menurut Ma'ruf (2015: 217) indikator penataan barang sebagai berikut:

1. Etalase, yaitu memajangkan barang-barang, gambar-gambar di bagian toko yang disebut etalase.
2. Barang di pajang di tempat terbuka
3. Barang dipajang di tempat tertutup, sehingga tidak dapat dihampiri dan dipegang
4. Pajangan diluar, merupakan memajang barang-barang di luar toko seperti saat diselenggarakannya obral dan pasar malam.

Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independent dan dependent. Sugiyono (2016:60). Kualitas Produk (X1) dan Penataan Barang (X2) sebagai variabel bebas (Variabel Independent), Minat Pembelian Ulang (Y) sebagai variabel terikat (Variabel Dependent). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. (Sugiyono: 2016: 51).Maka dapat penulis kemukakan hipotesis dalam penelitian ini diduga ada pengaruh kualitas produk dan penataan barang terhadapminat pembelian ulang pada Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi baik secara parsial maupun simultan.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Didalam penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh konsumen Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi selama tiga bulan (Maret, April dan Juni)

Teknik pengambilan sampel yangdigunakan dalam penelitian ini adalah *Insidental Sampling*. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah

sebanyak 240 orang, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10 % (0,10) dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Jadi Sampel penelitian ini adalah konsumen Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi yang berjumlah 70 orang.

Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ini dikumpulkanoleh peneliti sendiri atau dirinya sendiri. Ini adalah data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya, baik dengan cara tertentu atau pada periode waktu tertentu. Kemudian menggunakan data kuantitatif yang merupakan data yang dapat diinput ke dalam skala pengukuran statistik melalui perhitungan.

Model Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 70 orang. Selanjutnya perlu diketahui dahulu karakteristik responden yang meliputi : jenis kelamin, tingkat usia dan tingkat pendidikan.

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1
Jenis Kelamin Responden

Uraian	Jumlah	Persentase
Laki-laki	27 orang	38,57%
Perempuan	43 orang	61,43%
Jumlah	70 orang	100%

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari tabel di atas terlihat bahwa responden berdasarkan jenis kelamin perempuan paling banyak yaitu 43 orang atau mencapai 61,43 %, sedangkan responden laki - laki berjumlah 27 orang atau 38,57 %.

2. Berdasarkan Tingkat Usia

Tabel 2
Tingkat Usia Responden

Uraian	Jumlah	Persentase
≤ 20tahun	4 orang	5,71%
21 - 30tahun	13 orang	18,57%
31 - 40tahun	23 orang	32,86%
41 - 50tahun	18 orang	25,71%
>50 tahun	12 orang	17,15%
Jumlah	70 orang	100%

Sumber : Data primer diolah, 2022

Tabel diatas terlihat bahwa responden yang paling banyak berada pada umur 31-40 tahun adalah 23 orang (32,86%) sedangkan jumlah responden yang paling sedikit berada pada umur ≤ 20 tahun.

3. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 3
Tingkat Pendidikan Responden

Uraian	Jumlah	Persentase
SMP	-	-
SMA	38 orang	54,29%
Diploma	13 orang	18,57%
S1	12 orang	17,14%
S2	7 orang	10 %
Jumlah	70 orang	100%

Sumber : Data primer diolah, 2022

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa pendidikan terakhir SMA adalah persentase yang paling besar yaitu 38 orang (54,29%) sedangkan persentase yang terkecil yaitu pendidikan SMP.

Pengujian Kualitas Data

Pada pengujian validitas nilai r table diperoleh dari menghitung nilai $df = N - 2$, sehingga $df = 70 - 2 = 68$ didapatkan nilai r tabel = 0,235. Adapun seluruh nilai r hitung pada masing-masing item pertanyaan menunjukkan nilai lebih besar dari nilai r tabelnya sehingga dapat

disimpulkan bahwa item-item pertanyaan yang akan digunakan untuk analisis hipotesis dinyatakan valid.

Reliabilitas suatu variable dilihat dari nilai *cronbach alphanya* yang harus lebih besar dari 0,6. Pada

table dibawah, data yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwa setiap variable dinyatakan reliabel. Terbukti dari hasil pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach alpha* > 0,600.

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

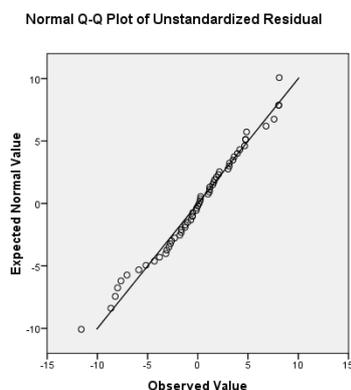
Variabel	Nilai Alpha	Nunnaly	Status
Kualitas Produk	0,862	0,60	Reliabel
Penataan Barang	0,893	0,60	Reliabel
Minat Pembelian Ulang	0,811	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2022

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 2 dibawah ini dapat disimpulkan bahwa minat pembelian ulang pada Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi berdistribusi secara normal dan dapat digunakan dalam penelitian karena titik-titik gambar menyebar dan tidak bertumpuk dalam satu tempat.



Gambar 2
Hasil Uji Normalitas

Uji Multiolinieritas

Berdasarkan tabel 5 uji multikolinieritas yang telah dilakukan dengan pengujian collinearity statistics menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen nilai VIF > 1, dan nilai tolerance < 1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,900	1,112
Penataan Barang	0,900	1,112

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2022

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana sebaran atau varian variabel pengganggu (e) tidak konstan sepanjang observasi. Jika varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap (konstan), maka disebut homoskedastisitas. Jika

varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan uji Glejser. Dari hasil uji heteroskedastisitas diperoleh hasil sebagaimana tercantum pada tabel 6

Tabel 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t _{hitung}	p-value	Sig.
Kualitas Produk	0,534	0,873	p>0,05
Penataan Barang	-1,347	0,241	p>0,05

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas karena p-value > 0,05. Dengan demikian semua variabel independen memiliki varians yang konstan (sama) penyebarannya dan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan dan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi berganda terlihat sebagaimana pada tabel 7

Tabel 7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	8.430	3.547	
Kualitas Produk	.457	.074	.523
Penataan Barang	.364	.076	.403

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2022

$$\hat{Y} = 8,430 + 0,457X_1 + 0,364X_2$$

Hasil analisis data, persamaan regresi yang didapat adalah :

Hasil dari persamaan analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai constant (Y) sebesar 8,430 artinya jika variabel kualitas produk dan penataan barang bernilai 0 (nol), maka nilai variabel minat pembelian ulang (Y) akan berada pada angka 8,430.
- b. Koefisien regresi X_1 (variabel kualitas produk) dari perhitungan nilai berganda didapat nilai *coefficients* sebesar 0,457, yang artinya jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka nilai variabel minat pembelian ulang akan mengalami kenaikan sebesar 0,457
- c. Koefisien regresi X_2 (variabel penataan barang) dari perhitungan nilai berganda didapat nilai *coefficients* sebesar 0,364, yang artinya jika variabel penataan barang mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka nilai variabel minat pembelian ulang akan mengalami kenaikan sebesar 0,364. Dan karena koefisiennya bernilai positif maka terdapat hubungan

yang positif antara variabel penataan barang dengan variabel minat pembelian ulang.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh suatu variabel penjelas atau independen yaitu kualitas produk dan penataan barang berpengaruh secara parsial atau individu terhadap variabel dependent yaituminat pembelian ulang. Dalam penelitian ini uji t dilakukan dengan menggunakan program spss for windows sebagai berikut :

Tabel 8
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
1 (Constant)	2.377	.020
Kualitas Produk	6.195	.000
Penataan Barang	4.772	.000

a. Dependent Variable: Minat beli ulang
Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan hasil analisis dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel maka dapat disimpulkan: variabel kualitas produk dengan t hitung > dari t tabel atau $6,195 > 0,236$ maka H_0 ditolak, H_a diterima, hal ini

menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat pembelian ulang konsumen Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi. Sehingga hipotesis pada penelitian ini terbukti. Sedangkan variabel penataan barang dengan t hitung $>$ dari t tabel atau $4,772 > 0,2369$ maka H_0 ditolak, H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan

antara penataan barang terhadap minat pembelian ulang konsumen Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi. Sehingga hipotesis pada penelitian ini terbukti.

Uji Simultan (uji F)

Uji hipotesis simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat.

Tabel 9
Analisis Varians
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	885.470	2	442.735	44.404	.000 ^b
Residual	668.030	67	9.971		
Total	1553.500	69			

a. Predictors: (Constant), Kualitasproduk, Iklan

b. Dependent Variable: Keputusanpembelian

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2022

Tabel diatas 9 dengan hasil penelitian secara simultan Minat pembelian ulang (X1), dan penataan barang (X2) yang mempengaruhi minat pembelian ulang (Y) dengan cara menggunakan SPSS di peroleh nilai $F_{hitung} 44.404 > F_{tabel} 2.74$ dengan sig $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa hasil uji F secara simultan berpengaruh signifikan positif sesuai dengan kriteria dapat disebutkan

bahwa H_0 ditolak atau variabel independen (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Hasil analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel 10

Tabel 10
Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.557	3.15762

a. Predictors: (Constant), Penataan Barang, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2022

Besarnya nilai koefisien determinasi (r^2) berdasarkan tabel 4.13 sebesar 0,557. Artinya kontribusi variabel minat pembelian ulang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan variable penataan barang dengan kontribusi sebesar 55,7%, sedangkan sisanya sebesar 44,3 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam model penelitian ini, seperti variabel kualitas pelayanan, harga, citra merek, promosi, variasi produk, kemasan dan lain-lain.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang

Berdasarkan hasil hipotesis pertama (H1) yang telah dilakukan menunjukan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap variabel minat pembelian ulang konsumen Indomaret Talang Banyu Tebing

Tinggi dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama diterima dan dapat dikonfirmasi oleh data.

Hal ini dikarnakan karna Kualitas produk merupakan sekumpulan keyakinan, ide, kesan seseorang, komunitas, Reputasi yang baik dari penyedia layanan akan mengakibatkan konsumen akan kembali memesan atau menggunakan layanan, hal ini menunjukkan bentuk loyalitas konsumen dengan minat pembelian ulang

Pengaruh Penataan Barang terhadap Minat Pembelian Ulang

Penataan barang merupakan usaha mendorong perhatian konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung dengan tujuan menadapat kepuasan. Memajangkan barang di dalam toko dan di etalase, mempunyai pengaruh besar terhadap penjualan, dan jika materialnya

terintegrasi, hal ini dapat terlihat dan dirasakan sebagai suatu iklan produk dan dapat memperkuat *positioning* merek tersebut. Dengan memajangkan produk pada rak-rak khusus maka akan merangsang konsumen kemudian tercipta minat dari orang tersebut untuk membeli produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis terhadap data penelitian, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada uji secara parsial diperoleh kualitas produk terhadap minat pembelian ulang dan penataan barang terhadap minat pembelian ulang terdapat pengaruh positif signifikan.
2. Ada hubungan secara linier antara kualitas produk dan penataan barang secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian ulang konsumen Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi
3. Hasil dari Pengolahan Data dapat dilihat yang dominan

berpengaruh terhadap variable minat pembelian ulang (Y) pada indomaret Talang Banyu adalah Variabel (X1) kualitas produk dimana konsumen menyukai memilih produk yang berkualitas sesuai minatnya sehingga mereka tertarik untuk membeli lagi sesuai kebutuhan

Saran

Saran yang diajukan oleh peneliti yang dapat dijadikan acuan sesuai dengan hasil penelitian, : antara lain

1. Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi harus mempertahankan kualitas produk yang telah ada, agar konsumen tetap setia dan tidak berpindah kepada Gerai lain dengan langkah selalu menjaga keunggulan produk.
2. Diharapkan Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi dapat melakukan berbagai upaya, supaya strategi untuk menarik minat pembelian ulang konsumen dengan menyusun barang sesuai dengan merek yang sudah ditulis dirak barang sehingga konsumen lebih mudah mencari barang yang diinginkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Foster, Bob. 2016. *Manajemen Ritel*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Lupiyoadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Ma'ruf, H. 2015. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D". Alfabeta, Bandung, 2016.
- Suyanto, M. 2015. *Strategi Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sutisna. 2015. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Service, Quality dan Satisfaction*, Edisi Pertama. Penerbit : ANDI, Yogyakarta
- Utami, C.W. 2015. *Strategi dan Implementasi Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.



JURNAL ILMIAH EKONOMIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BATURAJA

PEDOMAN PENULISAN NASKAH

1. Naskah yang dikirim belum pernah dimuat dalam media cetak lain, berupa hasil penelitian, gagasan/konseptual, kajian dan aplikasi teori, serta pembahasan kepustakaan dalam bidang ekonomi.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris dengan menggunakan standar bahasa dan pengetikan yang baik dan benar. Penulisan menggunakan program *MS. Word*, spasi 1,5, bentuk huruf *Times New Roman*, Font 12, Margin kiri 4, kanan 3, atas 3, bawah 3, di atas kertas ukuran A4, format halaman dalam bentuk 2 kolom, minimal 10 dan maksimal 20 halaman sudah termasuk lampiran.
3. Naskah yang diserahkan dalam bentuk 1 eksemplar *hard copy* dan 1 *soft copy* dalam bentuk CD atau via email, penyerahan naskah paling lambat dua bulan sebelum penerbitan.
4. Tulisan hasil penelitian, kajian dan aplikasi teori disajikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut : (a) Judul, (b) Nama Penulis tanpa gelar dan Institusi penulis, (c) Abstrak dengan menggunakan bahasa Inggris apabila tulisan dalam bahasa Indonesia dan sebaliknya, ± 250 kata serta dicetak miring, (d) Kata Kunci (*key word*). (e) Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian, (f) Tinjauan Pustaka, (g) Metode Penelitian, (h) Hasil Analisis dan Pembahasan, (i) Kesimpulan dan Saran atau Rekomendasi, (j) Daftar Pustaka dan (k) Lampiran (bila perlu).
5. Penulisan kutipan memuat nama belakang pengarang, tahun penulisan dan halaman, kutipan apabila satu penulis :..... (Widjaja, 2004:76), apabila dua penulis :..... (Setiaji dan Adi, 2007:89). Apabila lebih dari dua penulis:..... (Sugiyono, dkk., 2007:57).
6. Penulisan daftar pustaka diurutkan secara alfabetis, Daftar Pustaka memuat:
 - a. Nama penulis, dengan cara menuliskan terlebih dahulu nama belakang, kemudian nama depan (disingkat). Hal ini berlaku untuk semua nama, baik nama asing maupun nama Indonesia.
 - b. Tahun penerbitan, judul tulisan yang bersangkutan, dengan cara digaris bawahi atau dicetak miring, kota tempat penerbit berada, dan nama penerbit.
 - c. Baris pertama diketik mulai pukulan pertama dan baris kedua dan seterusnya diketik mulai pukulan kelima atau satu *tab* pada computer.
 - (1) Jika sumbernya berupa jurnal : Madiasmo, 2002. *Otonomi Daerah Sebagai Upaya Memperkokoh Basis Perekonomian Daerah*, Jurnal Ekonomi Rakyat, Th.1-No.4 Juni.
 - (2) Jika bersumber buku: Kuncoro, M., 2004. *Otonomi Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*, Jakarta : Erlangga.
 - (3) Jika bersumber dari luar jurnal dan buku: Sidik, Machfud., 2002. "Optimalisasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah"., Makalah pada acara orasi ilmiah, tanggal 10 April, Bandung: Tidak diterbitkan, BAPPENAS 2003.; Peta Kemampuan Keuangan Provinsi Dalam Era, Otonomi Daerah: Tinjauan atas Kinerja PAD dan upaya yang dilakukan Daerah Jakarta: Direktorat Pengembangan Otonomi Daerah.
 - (4) Jika bersumber dari internet: Zain, W. 2008. *Inflasi dan Suku Bunga*. www.hupelita.com/baca.php?id=38006 { 1 jan 2009}
7. Naskah dikirim paling lambat dua bulan sebelum bulan penerbitan kepada:
Redaksi Jurnal Ilmiah Ekonomika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja,
Jl. Ki Ratu Penghulu No. 02301 Karang Sari, Baturaja OKU Sumatera Selatan (32115).
E-Mail : ekonomika.unbara@gmail.com / fe@unbara.ac.id