



Pengaruh Penataan dan Kebersihan Kios Terhadap Minat Belanja Konsumen di Kios Bumbu Amalia Pasar Bina Usaha Meulaboh

Intan Kharisma¹, Junaidi²

Ekonomi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Meulaboh, Indonesia^{1,2}

*Email Korespondensi: intankharisma874@gmail.com

Diterima: 23-07-2026 | Disetujui: 29-07-2026 | Diterbitkan: 31-07-2026

ABSTRACT

Traditional markets play an important role in supporting the local economy; however, they need to improve their competitiveness to remain attractive amid the rapid growth of modern retail markets. Two important factors influencing consumers' shopping interest are kiosk arrangement and kiosk cleanliness, as both contribute to shopping comfort and create positive perceptions among consumers. At Amalia Spice Kiosk in Bina Usaha Market, Meulaboh, inadequate kiosk arrangement and suboptimal cleanliness were observed, potentially reducing consumers' willingness to shop. Therefore, this study aimed to analyze the influence of kiosk arrangement and kiosk cleanliness on consumers' shopping interest. This quantitative study was conducted at Amalia Spice Kiosk, Bina Usaha Traditional Market, Aceh Barat Regency, involving 92 consumers as respondents. The results revealed that, partially, kiosk arrangement had a positive and significant effect on shopping interest ($p = 0.002 < 0.05$), while kiosk cleanliness also had a positive and significant effect ($p = 0.000 < 0.05$). Simultaneously, kiosk arrangement and cleanliness significantly influenced consumers' shopping interest ($p = 0.000 < 0.05$). Furthermore, the coefficient of determination ($R^2 = 0.523$) indicated that 52.3% of the variation in consumers' shopping interest could be explained by kiosk arrangement and cleanliness, whereas the remaining 47.7% was influenced by other factors outside the research model.

Keywords: Kiosk Arrangement, Kiosk Cleanliness, Shopping Interest.

ABSTRAK

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, namun perlu meningkatkan daya saing agar tetap diminati di tengah perkembangan pasar modern. Salah satu faktor yang memengaruhi minat belanja konsumen adalah penataan dan kebersihan kios, karena keduanya dapat menciptakan kenyamanan serta memberikan kesan positif bagi konsumen. Di Kios Bumbu Amalia Pasar Bina Usaha Meulaboh masih ditemukan penataan kios yang kurang rapi dan kebersihan yang belum optimal sehingga berpotensi menurunkan minat belanja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penataan kios dan kebersihan kios terhadap minat belanja konsumen. Penelitian dilaksanakan di Kios Bumbu Amalia Pasar Bina Usaha Meulaboh, Kabupaten Aceh Barat, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 92 konsumen yang dipilih sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial penataan kios berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja dengan nilai signifikansi 0,002 ($<0,05$), sedangkan kebersihan kios juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap minat belanja konsumen dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,523 menunjukkan bahwa penataan dan kebersihan kios mampu menjelaskan 52,3% variasi minat belanja konsumen, sedangkan 47,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Katakunci: Penataan, Kebersihan Kios, Minat Belanja.

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan salah satu instrumen ekonomi lokal yang memiliki peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat Indonesia. Selain berfungsi sebagai pusat distribusi kebutuhan pokok, pasar tradisional juga menjadi ruang interaksi langsung antara pedagang dan konsumen. Keberadaan pasar tradisional hingga kini masih diminati karena menawarkan harga yang relatif terjangkau serta kedekatan sosial antara penjual dan pembeli. Wahyudi (2023) menyatakan bahwa pasar tradisional menjadi pilar perekonomian lokal yang tidak hanya menyediakan lapangan kerja, tetapi juga mempertahankan nilai-nilai budaya dalam aktivitas perdagangan.

Namun demikian, di tengah persaingan dengan pasar modern, pasar tradisional dituntut untuk meningkatkan daya tariknya agar tetap mampu mempertahankan minat belanja konsumen. Salah satu faktor penting yang memengaruhi minat belanja konsumen di pasar tradisional adalah kondisi fisik tempat berjualan, khususnya penataan dan kebersihan kios. Minat belanja konsumen merupakan kecenderungan psikologis seseorang untuk melakukan pembelian, yang dipengaruhi oleh persepsi terhadap kenyamanan, kebersihan, kerapihan, serta suasana tempat berbelanja (Saptenno, 2022).

Dalam konteks pasar tradisional, kios sebagai unit usaha pedagang memiliki peran langsung dalam membentuk pengalaman belanja konsumen. Penataan kios yang baik, seperti susunan barang yang rapi, kemudahan akses, serta penempatan dagangan yang menarik, dapat menciptakan kesan nyaman dan profesional. Penelitian Melinda dan Yunani (2023) menunjukkan bahwa penataan fisik kios yang tertib dan rapi berkontribusi terhadap persepsi positif konsumen serta meningkatkan kemungkinan kunjungan ulang.

Kebersihan kios juga menjadi faktor yang tidak kalah penting. Kebersihan mencakup kondisi lantai kios, kebersihan peralatan, pengelolaan sampah, serta kebersihan area sekitar kios. Huzaimah dan Ardelia (2023) menemukan bahwa kondisi lingkungan pasar yang kotor, bau, dan tidak terkelola dengan baik dapat menurunkan kenyamanan konsumen dan mengurangi minat belanja. Sebaliknya, kios yang bersih memberikan kesan sehat, aman, dan nyaman, sehingga mendorong konsumen untuk berbelanja lebih lama dan lebih sering (Saragih & Mulyani, 2019).

Pasar Bina Usaha Meulaboh yang terletak di Kabupaten Aceh Barat merupakan salah satu pasar tradisional yang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Pemerintah daerah telah melakukan pembangunan gedung pasar baru pada tahun 2023 dengan menyediakan kios-kios permanen berukuran 3×3 meter. Meskipun demikian, dalam praktiknya masih dijumpai permasalahan terkait penataan dan kebersihan, baik pada tingkat pasar maupun pada tingkat kios. Fenomena pedagang yang menata barang secara tidak teratur serta kurangnya perhatian terhadap kebersihan kios berpotensi menurunkan kenyamanan konsumen.

Salah satu kios yang menarik untuk diteliti adalah Kios Bumbu Amalia, yang menjual kebutuhan bumbu dapur dan rempah-rempah. Jenis dagangan ini sangat erat kaitannya dengan aspek kebersihan dan kerapihan, karena konsumen cenderung lebih sensitif terhadap kondisi lingkungan saat membeli bahan makanan. Penataan kios yang kurang rapi serta kebersihan yang tidak terjaga dapat memengaruhi persepsi konsumen dan menurunkan minat belanja, meskipun kualitas produk dan harga tergolong baik.

Berbagai penelitian sebelumnya menegaskan bahwa pengelolaan fisik pasar, termasuk kebersihan dan penataan, berpengaruh signifikan terhadap persepsi dan minat beli konsumen (Sune et al., 2024; Nugraha et al., 2024). Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pasar secara umum,

sementara kajian yang meneliti pengaruh penataan dan kebersihan pada tingkat kios tertentu masih relatif terbatas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh penataan dan kebersihan kios terhadap minat belanja konsumen di Kios Bumbu Amalia Pasar Bina Usaha Meulaboh menjadi penting untuk dilakukan. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen di pasar tradisional pada level kios. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pedagang kios dan pengelola pasar dalam meningkatkan penataan dan kebersihan kios guna meningkatkan minat belanja konsumen serta mendukung keberlanjutan usaha dan ekonomi lokal

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kios Bumbu Amalia Pasar Bina Usaha Meulaboh, Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat, dengan objek penelitian berupa pengaruh penataan kios dan kebersihan kios terhadap minat belanja konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen, serta data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, dan dokumen pendukung.

Populasi penelitian berjumlah 1.230 konsumen Kios Bumbu Amalia. Sampel ditentukan menggunakan teknik simple random sampling dengan rumus Slovin sehingga diperoleh 92 responden. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan Skala Likert 1–5, sedangkan variabel penelitian meliputi penataan kios (X1), kebersihan kios (X2), dan minat belanja konsumen (Y) yang diukur berdasarkan indikator masing-masing variabel.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan uji kualitas instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kemampuan variabel penataan kios dan kebersihan kios dalam menjelaskan variasi minat belanja konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden yang diperoleh dari data primer tahun 2026, dapat diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 92 orang. Dilihat dari segi usia, responden didominasi oleh kelompok usia 36–40 tahun dengan jumlah 34 orang atau sebesar 37%. Selanjutnya, kelompok usia 31–35 tahun sebanyak 16 orang (17,4%). Responden dengan usia 41–45 tahun dan lebih dari 45 tahun masing-masing berjumlah 13 orang (14,1%). Sementara itu, responden dengan usia 20–25 tahun sebanyak 10 orang (10,9%) dan usia 26–30 tahun merupakan yang paling sedikit yaitu 6 orang (6,5%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen berada pada usia produktif menengah.

Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah wanita yaitu sebanyak 60 orang (65,2%), sedangkan pria berjumlah 32 orang (34,8%). Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen yang berbelanja di Kios Bumbu Amalia lebih didominasi oleh perempuan. Dari segi tingkat pendidikan, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA atau sederajat yaitu sebanyak 44 orang (47,8%). Selanjutnya, responden dengan pendidikan S-1 (Sarjana) sebanyak 30 orang (32,6%), diikuti oleh Diploma (D-III) sebanyak 10 orang (10,9%), dan SMP atau sederajat sebanyak 8 orang (8,7%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memiliki tingkat pendidikan menengah hingga tinggi. Secara keseluruhan, karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh konsumen berusia 36–40 tahun, berjenis kelamin wanita, dan memiliki tingkat pendidikan SMA atau sederajat.

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Corrected Item-Total Correlation* dengan ketentuan bahwa suatu item dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada penelitian ini jumlah responden sebanyak 92 orang, sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2050.

Tabel 1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Rentang rhitung	rtabel	Hasil
Penataan Kios (X1)	12	0,428 – 0,760	0,2050	Seluruh item valid
Kebersihan Kios (X2)	10	0,366 – 0,600	0,2050	Seluruh item valid
Minat Belanja (Y)	8	0,464 – 0,640	0,2050	Seluruh item valid

Sumber: Data Primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} (0,2050). Variabel penataan kios (X1) memiliki nilai rhitung berkisar antara 0,428–0,760, variabel kebersihan kios (X2) memiliki nilai rhitung antara 0,366–0,600, sedangkan variabel minat belanja (Y) memiliki nilai rhitung antara 0,464–0,640. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mampu mengukur masing-masing variabel penelitian secara tepat sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Setelah instrumen dinyatakan valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Kriteria	Kesimpulan
Penataan Kios (X1)	12	0,821	> 0,60	Reliabel
Kebersihan Kios (X2)	10	0,777	> 0,60	Reliabel
Minat Belanja (Y)	8	0,799	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel. Variabel penataan kios (X1) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,821, yang menunjukkan tingkat reliabilitas sangat baik. Variabel kebersihan kios (X2) memiliki nilai 0,777, sedangkan variabel minat belanja (Y) memperoleh nilai 0,799, yang keduanya juga menunjukkan konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dan dapat dilanjutkan ke tahap uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan statistik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil pengujian masing-masing asumsi klasik disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Indikator	Hasil	Kesimpulan
Normalitas	<i>Asymp. Sig.</i> = 0,259 > 0,05	Memenuhi	Data berdistribusi normal
Multikolinearitas	<i>Tolerance</i> = 0,844 > 0,10; <i>VIF</i> = 1,185 < 10	Memenuhi	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	<i>Scatterplot</i> menyebar acak	Memenuhi	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* memperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,259, lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Variabel penataan kios dan kebersihan kios masing-masing memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,844 (>0,10) dan *VIF* sebesar 1,185 (<10). Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang tinggi antar variabel independen, sehingga model regresi bebas dari gejala multikolinearitas dan memenuhi salah satu asumsi klasik. Adapun hasil pengamatan terhadap grafik *Scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, baik pola bergelombang, melebar maupun menyempit. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas), sehingga model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi klasik.

Berdasarkan seluruh hasil uji asumsi klasik, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh persyaratan analisis, yaitu data residual berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, serta tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi linier berganda yang digunakan dinilai layak dan memenuhi syarat untuk dilanjutkan pada tahap pengujian hipotesis.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap

Pengaruh Penataan dan Kebersihan Kios Terhadap Minat Belanja Konsumen di Kios Bumbu Amalia
Pasar Bina Usaha Meulaboh
(Kharisma, et al.)

variabel dependen. Variabel dinyatakan berpengaruh apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,987) dan nilai signifikansi $< 0,05$.

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Kesimpulan
Penataan Kios (X1)	3,268	1,987	0,002	Berpengaruh signifikan
Kebersihan Kios (X2)	7,275	1,987	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa variabel penataan kios memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,268 dengan nilai signifikansi 0,002, sedangkan variabel kebersihan kios memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,275 dengan nilai signifikansi 0,000. Kedua variabel memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,987) dan signifikansi $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa penataan kios dan kebersihan kios secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja konsumen. Dengan demikian, hipotesis pertama dan kedua diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Rekapitulasi Hasil Uji Simultan (Uji F)

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.	Kesimpulan
48,793	3,949	0,000	Berpengaruh signifikan secara simultan

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 48,793, lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 3,949, dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa penataan kios dan kebersihan kios secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat belanja konsumen di Kios Bumbu Amalia Pasar Bina Usaha Meulaboh. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Rekapitulasi Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Beta	Arah Pengaruh
Konstanta	1,809	-	-
Penataan Kios (X1)	0,186	0,260	Positif
Kebersihan Kios (X2)	0,510	0,580	Positif

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 1,809 + 0,186X_1 + 0,510X_2 + e$$

Pengaruh Penataan dan Kebersihan Kios Terhadap Minat Belanja Konsumen di Kios Bumbu Amalia
Pasar Bina Usaha Meulaboh
(Kharisma, et al.)

Nilai konstanta sebesar 1,809 menunjukkan bahwa apabila variabel penataan kios dan kebersihan kios dianggap konstan, maka nilai minat belanja sebesar 1,809. Koefisien regresi penataan kios sebesar 0,186 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan penataan kios akan meningkatkan minat belanja sebesar 0,186 satuan. Sementara itu, kebersihan kios memiliki koefisien sebesar 0,510, yang berarti setiap peningkatan satu satuan kebersihan kios akan meningkatkan minat belanja sebesar 0,510 satuan. Nilai koefisien yang lebih besar pada variabel kebersihan kios menunjukkan bahwa variabel ini merupakan faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi minat belanja konsumen dibandingkan penataan kios.

4. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Analisis koefisien korelasi dan determinasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan serta besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 8. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,723 ^a	,523	,512	,2732

a. Predictors: (Constant), Kebersihan Kios, Penataan Kios

b. Dependent Variable: Minat Belanja

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,723, yang menunjukkan bahwa hubungan antara penataan kios dan kebersihan kios dengan minat belanja konsumen berada pada kategori kuat. Nilai R Square sebesar 0,523 menunjukkan bahwa 52,3% variasi minat belanja konsumen dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan 47,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,512 menunjukkan bahwa model regresi tetap memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi minat belanja konsumen setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan

Pembahasan

Pengaruh Penataan Kios terhadap Minat Belanja Konsumen di Kios Bumbu Amalia

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Penataan Kios (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belanja konsumen di Kios Bumbu Amalia. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,268 lebih besar dari t_{tabel} 1,987 serta nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Selain itu, koefisien regresi sebesar 0,186 menunjukkan bahwa penataan kios yang semakin baik akan meningkatkan minat belanja konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Lestari (2021) yang menemukan bahwa penataan *layout* toko berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen karena menciptakan kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja. Selain itu, penelitian Putra (2020) juga menyatakan bahwa tata letak yang baik dapat meningkatkan pengalaman belanja konsumen dan mendorong peningkatan minat beli.

Penataan kios yang baik juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan proses pencarian dan pemilihan produk. Ketika barang disusun secara teratur berdasarkan kategori atau jenisnya, konsumen tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk mencari kebutuhan yang diinginkan. Kondisi ini secara tidak langsung meningkatkan efisiensi berbelanja serta memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi konsumen.

Penataan kios yang menarik juga dapat meningkatkan daya tarik visual sehingga mampu mempengaruhi keputusan pembelian secara impulsif. Konsumen yang merasa nyaman dengan tampilan kios cenderung lebih lama berada di dalam area belanja dan berpotensi membeli lebih banyak produk. Oleh karena itu, penataan kios tidak hanya berfungsi secara fungsional, tetapi juga memiliki peran penting dalam membentuk minat dan perilaku belanja konsumen di Kios Bumbu Amalia Pasar Bina Usaha Meulaboh.

Pengaruh Kebersihan Kios terhadap Minat Belanja Konsumen di Kios Bumbu Amalia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebersihan kios (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 7,275 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,987 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien regresi sebesar 0,510 menunjukkan bahwa kebersihan kios memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan penataan kios dalam meningkatkan minat belanja konsumen.

Hasil ini mendukung penelitian Nugroho (2019) yang menyatakan bahwa kebersihan lingkungan toko berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen karena menciptakan rasa nyaman dan aman saat berbelanja. Penelitian lain oleh Wibowo & Handayani (2022) juga menemukan bahwa kebersihan tempat usaha berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kebersihan kios juga berperan dalam membentuk citra atau persepsi positif konsumen terhadap usaha yang dijalankan. Konsumen cenderung menilai kualitas suatu tempat usaha tidak hanya dari produk yang dijual, tetapi juga dari kondisi lingkungan tempat penjualan. Kios yang bersih menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki perhatian terhadap kenyamanan konsumen, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan keinginan konsumen untuk kembali berbelanja.

Dalam konteks pasar tradisional, aspek kebersihan menjadi salah satu faktor pembeda yang dapat meningkatkan daya saing antar pedagang. Kios yang bersih dan terawat akan lebih menarik perhatian konsumen dibandingkan kios yang kurang terjaga kebersihannya. Oleh karena itu, menjaga kebersihan kios secara konsisten merupakan strategi penting dalam meningkatkan minat belanja konsumen serta mempertahankan keberlangsungan usaha di Kios Bumbu Amalia.

Pengaruh Penataan dan Kebersihan Kios terhadap Minat Belanja Konsumen di Kios Bumbu Amalia

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa penataan kios (X_1) dan kebersihan kios (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Belanja konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} sebesar 48,793 yang lebih besar dari F_{tabel} 3,949 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi antara penataan kios yang baik dan kebersihan kios yang terjaga secara bersama-sama mampu meningkatkan minat belanja konsumen secara signifikan. Konsumen

cenderung merasa lebih nyaman dan tertarik untuk berbelanja ketika lingkungan kios tertata rapi dan bersih.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus & Yakien (2021) yang menyatakan bahwa *store layout* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen karena mampu meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam proses berbelanja. Selain itu, penelitian oleh Slamet et al. (2025) juga menemukan bahwa tata letak toko berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena meningkatkan kemudahan navigasi dan daya tarik visual toko. Penelitian lain oleh Timotius & Putra (2023) juga menegaskan bahwa *layout* toko yang baik meningkatkan visibilitas produk sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian lebih banyak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penataan kios merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat belanja konsumen di Kios Bumbu Amalia.

Kebersihan kios juga menjadi faktor penting yang tidak dapat dipisahkan dari penataan kios dalam mempengaruhi minat belanja konsumen. Lingkungan kios yang bersih menciptakan kesan positif, meningkatkan kenyamanan, serta menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap kualitas produk yang dijual. Kondisi ini membuat konsumen merasa lebih aman dan betah untuk melakukan aktivitas belanja dalam waktu yang lebih lama, sehingga berpotensi meningkatkan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penataan kios dan kebersihan kios bukan hanya berpengaruh secara terpisah, tetapi juga saling mendukung dalam menciptakan suasana berbelanja yang nyaman dan menarik. Ketika kedua aspek ini diterapkan secara bersamaan dengan baik, maka akan memberikan pengalaman belanja yang lebih optimal bagi konsumen. Oleh karena itu, pengelolaan kios yang memperhatikan aspek estetika dan kebersihan menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan minat belanja konsumen di Kios Bumbu Amalia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh penataan kios dan kebersihan kios terhadap minat belanja konsumen di Kios Bumbu Amalia, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penataan kios (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Artinya, semakin baik penataan kios maka semakin meningkat minat belanja konsumen.
2. Kebersihan kios (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Kebersihan kios menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat belanja konsumen.
3. Penataan kios dan kebersihan kios secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat belanja konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kedua variabel secara bersama-sama mampu meningkatkan minat belanja konsumen di Kios Bumbu Amalia.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, M., & Yakien, A. (2021). Pengaruh store layout dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Inovasi*. 3(1), 13-24.
- Huzaimah, S., & Ardelia, A. S. (2023). Kurangnya Kesadaran Pedagang dalam Menjaga Kebersihan Pasar Tradisional di Kota Pontianak Studi Kasus Pasar Flamboyan. *Prosiding Seminar Nasional Program Studi Ekonomi Islam*. Vol. 1, 2023 ISSN 3026-2488.
- Melinda, N., & Yunani, A. (2023). Analisis Pengembangan dan Penataan Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Terminal Induk Handil Bakti Kabupaten Barito Kuala). *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 6(1), 363-371.
- Nugraha, M. A. Ardiyanto & Poerwati. (2024). Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Terhadap Persepsi Konsumen Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Journal Urban and Regional Planning*.
- Nugroho, P. P. (2019). Pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6 (001), 269-367.
- Putra, K. (2020). *Pengaruh Penataan Rak Khusus, Bonus Item, Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Di Alnect Center Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Kristen Duta Wacana).
- Saptenno, S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Fasilitas Fisik dan Non Fisik Pasar Mardika terhadap Niat Berperilaku Konsumen di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1, 194-201.
- Saragih, A. S., & Mulyani, S. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pembeli Ditinjau Dari Fasilitas Lokasi Perbelanjaan (Studi Kasus Di Pasar Pusat Pasar Medan). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 1(3), 46-61.
- Sari, Y., & Lestari, D. U. (2021). Pengaruh Layout dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen dimediasi Kualitas Produk pada Toko Serba 35 Ribu di Kecamatan Manggelewa. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 7200-7222.
- Slamet, A., Pratama, R., & Hidayat, T. (2025). Pengaruh tata letak toko terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Gemah Ripah*. 5(02), 356-370.
- Sune, R. P., Canon, S., & Payu, B. R. (2024). Efektivitas Revitalisasi Pasar Sentral dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang di Kota Gorontalo. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 7(2), 592-612.
- Timotius, E., Putra, I. G. A., & Santoso, D. (2023). Pengaruh layout toko terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal MIX: Manajemen Ilmiah*. 19.2: 85-79.
- Wahyudi, D. L., & Subham, M. (2023). Analisis Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 1(4), 138-148.
- Wibowo, A. & Handayani, R. (2022). Pengaruh layout toko dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ekonomi & Manajemen (EKOMA)*. 5(1), 90-104.