

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai pengaruh *store layout* terhadap minat wisatawan membeli oleh-oleh di Teras Malioboro 1, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan pengujian uji T menunjukkan nilai t_{hitung} pada variabel *store layout* $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,917 > 1,661$) dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,005$, maka dapat dinyatakan variabel *store layout* (X) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan.
2. Berdasarkan hasil uji determinasi (R^2) dalam penelitian ini memperoleh nilai R^2 sebesar 0,623, dari hasil tersebut menunjukkan pengaruh *store layout* terhadap minat beli wisatawan sebesar 62,3% dan sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat bermanfaat sebagai acuan dan membangun pada peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel penelitian lainnya seperti tingkat kepuasan, pengaruh lokasi, dan kualitas pelayanan yang dapat mendukung minat beli.

2. Bagi pihak pengelola Teras Malioboro 1, diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan untuk melakukan pelatihan penataan *store layout* seperti tata cara penempatan produk yang menarik untuk di pajang, pelatihan mengenai pengelompokan produk berdasarkan jenisnya supaya dalam penerapan kedepannya bisa lebih baik sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan dalam membeli oleh-oleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mounth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 131-140. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22291>
- Ampangallo, F., & Jeanne, E. (2017). Pengaruh Atmosfer, Desain Layout, Gairah Emosional Dan Sikap Konsumen Toko Online Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen*.
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha. *Journal Of Management*, 1(2), 274-281. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/811>
- Arjuniadi, & Jannah, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Hinda Merek Scoopy di Kecamatan Bandar Dua Kabupaten Pidie Jaya. *Jurnal Ekobismen*, 2(2). <https://journal.unigha.ac.id/index.php/JEko/article/download/592/588>
- Arif, M. (2017). *Perancangan Tata Letak Pabrik*. Deepublish.
- Assael, H. (2012). *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3. Boston Massachusset: Kent.Publishing Company.
- Basuki, A. (2022, 10). Pedagang Teras Malioboro: Promosi tidak Memberikan Perubahan. RRI. <https://rri.co.id/yogyakarta/bisnis/60721/pedagang-teras-malioboro:-promosi-tidak-memberikan-perubahan>.
- Berman&Evans, (2010). "*Retail Manajemen*".12th Edition. Jakarta;Pearson
- Ditriami, L. N., Kirta, I. K., & Suwendra, I. W. (2014). Pengaruh Tata Ruang Toko dan Minat Beli Konsumen terhadap Pembelian Produk pada Butik IO/CO. *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMI/article/view/3545>
- Elbers, T. (2016). The Effects Of In *Store layout* And Shelf Designs On Consumer Brhavior. Wageningen UR, 1-22.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Universitas Diponegoro.
- Fuadi, N., Khairawati, S., & Sasono, H. (2019). Pengaruh *Store layout*, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Rasional terhadap Keputusan Pembelian

- Konsumen. *Jurnal Ekonomi Islam*, 19(2), 87.
<https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/attauci/article/download/49/36>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019, Oktober). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(3), 415-424. DOI:
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Heizer, Jay&Render, Barry. (2015). *Manajemen Operasi Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Herlina, E. (2022, 10). Pengaruh *Layout* Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Daya Tarik Produk (Survei Pada Konsumen Baso Assyukur Tasikmalaya). *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 756-762.
<http://www.ulilalbabinstitute.com/index.php/J-CEKI/article/download/815/764/1681>
- Hidayat, T., & Faramitha, N. R. (2022, 04). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1).
<https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/download/507/337>
- Irlatifah, H. A. (2018). Analisis Pengaruh *Store layout* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Pamela 6 Yogyakarta). Skripsi. Universitas Islam Indonesia
- Jaelani, A., & Maksum, A. H. (2022, 07). Analisis Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Toko Baka Sport). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(11), 110-114.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.6830304>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, S., & Sugiono, S. (2016). Analisa Pengaruh Store Layout , Merchandise Assortment Dan Pricing Terhadap Purchase Intention Di The Sport Warehouse Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Luthman, A. Y. (2015, 6). Pengaruh Exterior, General Interior, *Store layout* Dan Interior *Display* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Agung Jaya Elektronik Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 15(1), 76-89. <https://doi.org/10.53640/jemi.v15i1.398>
- Pertiwi, P. A. R. W., Dewantara, & Setyawan. (2012). *Pengaruh Karakteristik Responden Terhadap Minat Beli Produk Sampo Anjing Pengunjung Pet Shop Wilayah Badung (Pertiwi, P. A. R. W., Dewantara, I. G. N. A., Setyawan, E. I.) Pengaruh Karakteristik Responden Terhadap Minat Beli Produk Sampo*

Anjing Pengunjun.

- Riyanto, I. (2020). Pengaruh *Layout* Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Di Bright Cilegon PT. Eceran Pertamina.
- Roliansya, H., Riveranika, F., Alifia, S. P., & Octavia, S. A. (2022, September 16). Resah Pejuang Rupiah Teras Malioboro yang Tak Diindahkan – Lembaga Pers dan Penerbitan Mahasiswa (LPPM) Sintesa. Lembaga Pers dan Penerbitan Mahasiswa (LPPM) Sintesa. <https://lppmsintesa.fisipol.ugm.ac.id/resah-pejuang-rupiah-teras-malioboro-yang-tak-diindahkan/>
- Royanty, I. K., Sunarti, & Shanti, P. (2017). Berkunjung Ke Museum (Survei Pada Wisatawan Museum Angkut Batu Jawa Timur). *Jurnal Admministrasi Bisnis*, 50(2), 84–92.
- Sari, D. A., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2014). Analisis pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada pizza hut semarang. *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajeme*, 1-13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/252/248>
- Setyani, T., & Abdul, F. W. (2021, 1). Pengaruh *Store layout* Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Indomaret Satria Jaya Tambun Utara. *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 95-103. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/Jumatik/article/download/1249/646>
- Sudiarti, S., & Saputra, N. A. (2022, Juni). Pengaruh *Store layout* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sweety Di Qini mart Pagendingan Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Manajemen, Keuangan Dan Komputer*, 6(1), 17-19. https://jurnal.poltektriguna.ac.id/Juni2022/JPL_06_02_23.pdf
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke-23. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Hans, B. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen*. Ipb Press.
- Supariyani, E., & Marpaung, B. S. (2013). Pengaruh Tata Letak Terhadap Kepuasan Pelanggan Ritel. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.251>
- Sutrisno, N., & Haryan, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer’S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Swasta, Dharmesta&Irawan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia

- Tanjung, A. (2020, 12). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(3), 1-18. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jmpb/article/view/322>
- Tarigan, M. K. (2018). Mewujudkan Pembangunan Dan Penataan Wilayah. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 3(1), 305-311. <https://media.neliti.com/media/publications/288147-mewujudkan-pembangunan-dan-penataan-wila-14220ec1.pdf>
- Tobroni, M. B. (2022, 9). Pengaruh Dimensi Store Atmosphere Terhadap Minat Beli. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 131-141. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.5728>
- Trimintarsih, T., & Agung, T. (2021, 4). Analisis Pengaruh *Store layout* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v7i1.496>
- Tsaniya, R., & Telagawathi, W. S. (2022). Pengaruh Klualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(1). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/34390>
- Waruwu, E. S. S., & Purnomo, H. (2020, 10). Analisis Pengaruh *Store layout*, Interior *Display*, General Interior, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Beli Konsumen Indomaret di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 17(2), 76-88. <http://journal.ukrim.ac.id/index.php/jem/article/view/94>
- Wibowo, B. A. (2015). Pengaruh suasana toko, promosi dan lokasi terhadap minat beli di planet distro Kota Banjar Negara. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta
- Widyanto, A. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2014, 09). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1). <https://media.neliti.com/media/publications/84100-ID-pengaruh-store-atmosphere-terhadap-keput.pdf>
- Wulansari, A., & Haryanti, I. (2021, 07). Pengaruh Physical Environment Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(02). <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
- Zulfikar, R., & Ade, M. P. (2017). Tingkat Kepercayaan Dan Minat Beli Masyarakat Banjarmasin Terhadap Produk Hijau Berdasarkan Segmentasi Demografis. *Al-Ulum : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 478-495. <https://doi.org/10.31602/alsh.v3i2.1198>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat ijin penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 205/Q.AMPTA/II/2023 03 Februari 2023
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Kepala Dinas Koperasi dan UKM Provinsi DIY
Jalan Hos. Cokroaminoto No. 162, Tegalrejo, Kecamatan Tegalrejo
Kota Yogyakarta, DIY

Dengan Hormat,


Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Teras Malioboro 1 Yogyakarta selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 13 Februari 2023 sampai dengan tanggal 12 Maret 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Indah Dwi Puji Astuti
No. Induk Mahasiswa : 519101152 (No. HP 089626757848)
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :

Pengaruh Store Layout terhadap Minat Wisatawan Membeli Oleh-Oleh di Teras Malioboro I (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M.

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

B



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH
BALAI LAYANAN BISNIS
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
ꦥꦺꦩꦺꦫꦶꦠꦤ꧀ꦢꦫꦺꦴꦗꦲꦶꦏꦂꦠ
ꦢꦶꦤꦏꦺꦏꦺꦝꦶꦫꦸꦏꦺꦗꦺꦩꦺꦤꦒꦂ
ꦧꦭꦲꦶꦭꦪꦺꦁꦤꦺꦩꦧꦶꦠꦺꦁꦶꦩꦧꦸꦩꦏꦺꦴ

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 15, Ngupasan, Gondomanan, Yogyakarta
Email: balailayananbisnisumkm@jogjaprovo.go.id Kode Pos 55122

Yogyakarta, 8 Februari 2023

Nomor : 519/0223
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Surat Balasan Permohonan
Izin Penelitian

Kepada Yth :
Indah Dwi Puji Astuti
Di
Tempat

Dengan hormat,

Balai Layanan Bisnis UMKM DIY bersamaan dengan surat ini memberikan izin kepada:

Nama / NIM	Judul
Indah Dwi Puji Astuti 519101152	Pengaruh Store Layout terhadap Minat Wisatawan Membeli Oleh-Oleh di Teras Malioboro 1

untuk melakukan penelitian dalam rangka penulisan disertasi di Teras Malioboro 1 dalam waktu penelitian 13 Februari – 13 Maret 2023, dengan catatan :

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin melakukan penelitian diberikan semata-mata untuk keperluan akademik.
3. Sebelum pelaksanaan kegiatan terlebih dahulu melakukan koordinasi tentang detail pelaksanaan kegiatan kepada pengelola Teras Malioboro 1.
4. Waktu pengambilan data dilakukan sesuai dengan surat pengajuan.
5. Mematuhi tata tertib dan peraturan yang berlaku.
6. Seluruh kegiatan yang dilakukan menjadi tanggungjawab yang bersangkutan, serta bersedia menjaga ketertiban, keamanan dan kebersihan selama kegiatan.
7. Menjaga nama baik instansi dan memberikan keterangan yang dapat dipertanggungjawabkan.
8. Selama melaksanakan kegiatan agar menggunakan atribut/Jaket Almamater.
9. Menyerahkan salinan hasil penelitian kepada Balai Layanan Bisnis UMKM DIY selambat-lambatnya 7 hari setelah disahkan oleh kampus yang bersangkutan.

Demikian Surat Balasan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

a.n.KEPALA
BALAI LAYANAN BISNIS UMKM
KEPALA SEKSI LAYANAN
BISNIS UMKM



KUNTARTA, S.Sos., M.AP
NIP.198206232011011011

Tembusan:
Yth. Kepala Dinas Koperasi dan UKM DIY

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH STORE LAYOUT TERHADAP MINAT WISATAWAN MEMBELI OLEH-OLEH DI TER...

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH *STORE LAYOUT* TERHADAP MINAT WISATAWAN MEMBELI OLEH-OLEH DI TERAS MALIOBORO 1

Kepada Yth.
Responden

Dengan Hormat,
Dalam rangka untuk menunjang proses pengerjaan skripsi, saya selaku peneliti:

Nama: Indah Dwi Puji Astuti
Asal kampus: STP AMPTA Yogyakarta

Dengan ini, saya ingin meminta bantuan kepada Responden untuk mengisi kuesioner di bawah ini. Judul penelitian skripsi saya adalah "Pengaruh Store Layout Terhadap Minat Wisatawan Membeli oleh-oleh di Teras Malioboro 1".

Penilaian tidak dilihat dari sisi benar atau salah sehingga diharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan. Jawaban akan diperlakukan dengan standar profesionalitas dan etika penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas responden. Saya mengharapkan ketersediaan Responden untuk mengisi kuesioner dengan bersungguh-

sungguh, agar penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

Atas perhatian dan kerjasama Responden, saya ucapkan terima kasih. Saya mohon maaf apabila dalam proses pembuatan kuesioner ini masih terdapat kekeliruan dan kekurangan.

*** Wajib**

IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk pengisian jawaban kuesioner:

Pilihlah salah satu jawaban pada kolom isian yang telah disediakan sesuai dengan kriteria responden.

1. Nama Responden *

2. Usia *

Tandai satu oval saja.

17 Tahun - 21 Tahun

22 Tahun - 26 Tahun

27 Tahun - 31 Tahun

32 Tahun - 36 Tahun

37 Tahun - 41 Tahun

42 Tahun - 45 Tahun

3. Jenis Kelamin *

Tandai satu oval saja.

Perempuan

Laki-laki

4. Daerah Asal

5. Pendapatan Perbulan

Tandai satu oval saja.

< 1.000.000

> 1.000.000

STORE LAYOUT (TATA LETAK)

Petunjuk pengisian jawaban kuesioner:

SS: Sangat Setuju (4)

S: Setuju (3)

TS: Tidak Setuju (2)

STS: Sangat Tidak Setuju (1)

6. *Display* produk yang dijual ditata dengan menarik. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

7. Area *display* produk memudahkan konsumen melihat produk yang dijual. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

8. Area stok barang yang tidak dipajang ditata dengan baik. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

9. Area stok barang yang tidak dipajang tidak mengganggu saya dalam berkeliling. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

10. Produk yang dijual dikelompokkan berdasarkan jenisnya. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

11. Pengelompokan produk berdasarkan fungsinya. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

12. Pengelompokan produk berdasarkan segmen pasar. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

13. Pengelompokan produk berdasarkan motivasi pembelian. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

14. Jarak antar pedagang memudahkan saya dalam berjalan. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

15. Penataan rak tidak mengganggu kenyamanan konsumen. *
- Tandai satu oval saja.*
- SS
- S
- TS
- STS
16. Pengaturan pedagang membuat saya tertarik untuk mengelilingi area di dalam Teras Malioboro 1. *
- Tandai satu oval saja.*
- SS
- S
- TS
- STS
17. Pengaturan pola pedagang membantu saya menemukan produk yang saya butuhkan. *
- Tandai satu oval saja.*
- SS
- S
- TS
- STS

MINAT BELI

Petunjuk pengisian jawaban kuesioner:

SS: Sangat Setuju (4)

S: Setuju (3)

TS: Tidak Setuju (2)

STS: Sangat Tidak Setuju (1)

18. Saya tertarik membeli oleh-oleh di Teras Malioboro 1 karena saya merasa puas. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

19. Saya tertarik berkeliling di dalam Teras Malioboro 1. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

20. Saya tertarik untuk membeli oleh-oleh di Teras Malioboro 1 karena tempatnya bersih dan nyaman. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

21. Saya memperhatikan produk-produk yang dijual di Teras Malioboro 1. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

22. Saya memperhatikan setiap sudut ruangan di Teras Malioboro 1. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

23. Saya memperhatikan tata letak pedagang di Teras Malioboro 1. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

24. Saya memiliki keinginan untuk mencari informasi lebih banyak dari produk yang dijual. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

25. Saya memiliki keinginan untuk mencari informasi mengenai jenis barang yang dijual. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

26. Saya memiliki rasa ingin tahu yang dapat membangkitkan rasa ingin membeli suatu produk yang dijual. *

Tandai satu oval saja.

SS

S

TS

STS

Lampiran 4 Hasil Data Responden

Hasil Karakteristik Responden

No	Identitas Responden				
	Nama	Usia	P/L	Daerah Asal	Pendapatan Perbulan
1	Navika	17 – 21 Tahun	P	Solo	> 1.000.000
2	Rahayu	22 – 26 Tahun	P	bandung	> 1.000.000
3	Rimadhona Ovisari	17 – 21 Tahun	P	bandung	> 1.000.000
4	Dela Putri Yuniarti	17 – 21 Tahun	P	jepara	< 1.000.000
5	Mirna	17 – 21 Tahun	P	kalimantan	> 1.000.000
6	Rendra Hidayat	22 – 26 Tahun	L	Kediri	< 1.000.000
7	DILA	22 – 26 Tahun	P	jepara	< 1.000.000
8	Rara Cahyanti	17 – 21 Tahun	P	Klaten	< 1.000.000
9	Widya Sinta	17 – 21 Tahun	P	Surabaya	> 1.000.000
10	SabillaDK	17 – 21 Tahun	P	Palembang	> 1.000.000
11	Alexander	17 – 21 Tahun	P	kalimantan	> 1.000.000
12	Clara	22 – 26 Tahun	P	Medan	> 1.000.000
13	Selatur Riskiyah	22 – 26 Tahun	P	Lampung	> 1.000.000
14	Meizhara	17 – 21 Tahun	P	sumatra utara	> 1.000.000
15	Adhara	17 – 21 Tahun	P	Magelang	> 1.000.000
16	Nastiti	22 – 26 Tahun	P	Magelang	> 1.000.000
17	Alfaini	17 – 21 Tahun	P	Tangerang	> 1.000.000
18	Alma	22 – 26 Tahun	P	Semarang	< 1.000.000
19	Rym	22 – 26 Tahun	P	Semarang	< 1.000.000
20	Ari	27 – 31 Tahun	L	Demak	< 1.000.000
21	nurul	22 – 26 Tahun	P	bandung	> 1.000.000
22	Muti	22 – 26 Tahun	P	Bogor	> 1.000.000
23	Evisa Nur Amalina	22 – 26 Tahun	P	Tulungagung	> 1.000.000
24	anya	22 – 26 Tahun	P	kudus	> 1.000.000
25	Brembo	22 – 26 Tahun	L	Pacitan	> 1.000.000
26	Kansa	22 – 26 Tahun	P	Magelang	> 1.000.000
27	M alfian s	17 – 21 Tahun	L	Kudus	> 1.000.000
28	oktafiana	17 – 21 Tahun	P	Kudus	< 1.000.000
29	Evita Nur Arofah	17 – 21 Tahun	P	Kudus	> 1.000.000
30	Bila	22 – 26 Tahun	P	Kudus	> 1.000.000
31	Evita	17 – 21 Tahun	P	Yogyakarta	< 1.000.000
32	Siti	17 – 21 Tahun	P	gunungkidul	< 1.000.000
33	yunita	17 – 21 Tahun	P	yogyakarta	< 1.000.000
34	puji	32 – 36 Tahun	P	lampung	< 1.000.000

No	Identitas Responden				
	Nama	Usia	P/L	Daerah Asal	Pendapatan Perbulan
35	wahyu	17 – 21 Tahun	L	riau	< 1.000.000
36	fadlah	17 – 21 Tahun	P	sumatra utara	> 1.000.000
37	jessica	17 – 21 Tahun	P	pacitan	> 1.000.000
38	vaisa	17 – 21 Tahun	P	grobogan	< 1.000.000
39	davita	22 – 26 Tahun	P	banyumas	> 1.000.000
40	safira	22 – 26 Tahun	P	wonosobo	> 1.000.000
41	alwi	22 – 26 Tahun	L	surakrta	> 1.000.000
42	heni	27 – 31 Tahun	P	kalimantan	> 1.000.000
43	salma	22 – 26 Tahun	P	cianjur	> 1.000.000
44	ali	22 – 26 Tahun	L	cimahi	> 1.000.000
45	devia	22 – 26 Tahun	P	bandung	> 1.000.000
46	sandrina	22 – 26 Tahun	P	cimahi	> 1.000.000
47	anisa	22 – 26 Tahun	P	bandung	> 1.000.000
48	windy	42 – 45 Tahun	L	sidoarjo	> 1.000.000
49	rina	42 – 45 Tahun	P	sidoarjo	> 1.000.000
50	nisa	22 – 26 Tahun	P	lombok	> 1.000.000
51	ulfa	22 – 26 Tahun	P	lombok	> 1.000.000
52	dimas	27 – 31 Tahun	L	tuban	> 1.000.000
53	aris	22 – 26 Tahun	L	semarang	> 1.000.000
54	fina	22 – 26 Tahun	P	demak	> 1.000.000
55	nabila	22 – 26 Tahun	P	jakarta	> 1.000.000
56	sania	22 – 26 Tahun	P	bogor	> 1.000.000
57	kelvin	22 – 26 Tahun	L	bandung	> 1.000.000
58	zahra	22 – 26 Tahun	P	solo	> 1.000.000
59	rio	22 – 26 Tahun	L	surabaya	> 1.000.000
60	dina	22 – 26 Tahun	P	bandung	> 1.000.000
61	sandra	22 – 26 Tahun	P	surabaya	> 1.000.000
62	yusuf	22 – 26 Tahun	L	jambi	> 1.000.000
63	firman	22 – 26 Tahun	L	depok	> 1.000.000
64	irma	22 – 26 Tahun	P	bekasi	> 1.000.000
65	dinda	22 – 26 Tahun	P	depok	> 1.000.000
66	diva	22 – 26 Tahun	L	jepara	> 1.000.000
67	alvien	22 – 26 Tahun	L	depok	> 1.000.000
68	anggita	22 – 26 Tahun	P	semarang	> 1.000.000
69	rifqi	22 – 26 Tahun	L	demak	> 1.000.000
70	adam	22 – 26 Tahun	L	tangerang	> 1.000.000
71	selvi	22 – 26 Tahun	P	jepara	> 1.000.000

No	Identitas Responden				
	Nama	Usia	P/L	Daerah Asal	Pendapatan Perbulan
72	fitri	22 – 26 Tahun	P	tegal	> 1.000.000
73	salma	22 – 26 Tahun	P	tangerang	> 1.000.000
74	Bima	22 – 26 Tahun	L	Surakarta	> 1.000.000
75	Fitri	17 – 21 Tahun	P	Tangerang	< 1.000.000
76	Naufal	22 – 26 Tahun	L	Depok	> 1.000.000
77	Dini	22 – 26 Tahun	P	Bandung	> 1.000.000
78	Maulana	22 – 26 Tahun	L	Depok	> 1.000.000
79	Suci	22 – 26 Tahun	P	Kudus	> 1.000.000
80	Wulan	22 – 26 Tahun	P	Semarang	> 1.000.000
81	Elsa	22 – 26 Tahun	P	Semarang	> 1.000.000
82	Irvan	22 – 26 Tahun	L	Boyolali	> 1.000.000
83	Lisa	22 – 26 Tahun	P	Medan	> 1.000.000
84	Selly	22 – 26 Tahun	P	Semarang	> 1.000.000
85	Inggar	22 – 26 Tahun	L	Ungaran	> 1.000.000
86	Bagas	22 – 26 Tahun	L	Sulawesi	> 1.000.000
87	Aldo	22 – 26 Tahun	L	Magelang	> 1.000.000
88	Heru	22 – 26 Tahun	L	Lamongan	> 1.000.000
89	Arum	22 – 26 Tahun	P	Klaten	> 1.000.000
90	Anisa	17 - 21 Tahun	P	Salatiga	> 1.000.000
91	Desti	22 – 26 Tahun	P	Salatiga	> 1.000.000
92	Friska	22 – 26 Tahun	P	Boyolali	> 1.000.000
93	Ninda	22 – 26 Tahun	P	Klaten	> 1.000.000
94	Radit	22 – 26 Tahun	L	Solo	> 1.000.000
95	Rama	22 – 26 Tahun	L	Tangerang	> 1.000.000
96	Zaka	22 – 26 Tahun	L	Salatiga	> 1.000.000
97	bella	22 – 26 Tahun	P	jakarta	> 1.000.000
98	dimas	22 – 26 Tahun	L	tangerang	> 1.000.000
99	dani	22 – 26 Tahun	L	klaten	> 1.000.000
100	aldha	22 – 26 Tahun	P	depok	> 1.000.000

Hasil Pernyataan

Indikator/Variabel												X TOT
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	
4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	43
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	41
3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	37
3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	3	35
3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	35
3	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	31
4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	36
3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	33
3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	38
3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	42
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	40
3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	30
2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	33
3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	38
4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	44
4	3	3	4	2	3	2	4	3	4	2	3	37
4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4	3	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	37
3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	35
3	4	2	3	4	3	4	4	4	2	3	3	39
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	42
3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	2	2	2	3	3	3	2	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	38
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	42
4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	37

Indikator/Variabel												X TOT
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	
3	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	34
3	2	4	4	3	3	2	3	3	4	4	2	37
3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	39
3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	38
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	34
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	36
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	36
4	3	3	4	2	2	3	3	4	4	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	37
4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	39
3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	32
3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	33
4	3	4	4	3	2	4	3	3	2	4	3	39
4	3	4	4	3	2	4	3	3	2	4	3	39
3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	36
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	36
4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	36
4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	35
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	36
4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	35
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	38
4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	37
3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	40
4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	37
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	36
4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	37
3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	33

Indikator/Variabel												X TOT
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	35
4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	37
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	36
4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	37
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	36
4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	36
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	35
4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	38
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	37
3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	36
3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	34
4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	37
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	36
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	38

Indikator/Variabel									Y TOT
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
4	2	3	3	2	4	3	4	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	4	3	3	4	4	3	3	3	30
3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
4	3	3	3	4	4	3	3	4	31
3	3	3	3	3	3	2	2	3	25

Indikator/Variabel									Y TOT
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	
3	3	3	3	2	2	2	2	3	23
3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
3	2	3	3	2	3	2	3	3	24
4	4	3	3	3	3	3	3	4	30
3	4	3	4	4	3	3	3	3	30
3	2	2	3	2	2	2	3	2	21
3	3	2	3	3	2	2	2	3	23
3	3	3	3	2	3	2	2	2	23
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
4	4	3	3	2	2	2	2	3	25
4	2	3	3	2	3	3	4	3	27
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	2	2	2	3	3	24
3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	4	3	3	2	3	2	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	4	4	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	4	4	3	3	3	4	3	30
4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
3	4	4	4	3	4	4	3	3	32
3	4	4	4	3	4	4	3	3	32
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
3	4	3	3	3	2	2	3	3	26
3	3	3	3	3	2	2	3	3	25
3	3	3	3	2	3	2	3	3	25
3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
3	4	3	4	3	3	3	3	3	29
4	3	4	4	3	3	4	3	3	31

Indikator/Variabel									Y TOT
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	4	4	2	3	3	2	4	28
3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	4	3	2	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	4	4	3	3	3	3	3	3	29
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	3	3	3	2	3	3	29
3	4	4	3	3	3	3	3	3	29
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29

Lampiran 5 Hasil Olah Data Responden

Hasil Karakteristik Data Penelitian

Kota Asal	Jumlah	Persentase
Bandung	8	8%
Banyumas	1	1%
Bekasi	1	1%
Bogor	2	2%
Boyolali	2	2%
Cianjur	1	1%
Cimahi	2	2%
Demak	3	3%
Depok	6	6%
Grobogan	1	1%
Gunungkidul	1	1%
Jakarta	2	2%
Jambi	1	1%
Jepara	4	4%
Kudus	6	6%
Kalimantan	3	3%
Kediri	1	1%
Klaten	4	4%
Lamongan	1	1%
Lampung	2	2%
Lombok	2	2%
Magelang	4	4%
Medan	2	2%
Pacitan	2	2%
Palembang	1	1%
Riau	1	1%
Salatiga	3	3%
Semarang	7	7%
Sidoarjo	2	2%
Solo	3	3%
Sulawesi	1	1%
Sumatra Utara	2	2%
Surabaya	3	3%
Surakarta	2	2%
Tangerang	6	6%
Tegal	1	1%

Tuban	1	1%
Tulungagung	1	1%
Ungaran	1	1%
Wonosobo	1	1%
Yogyakarta	2	2%
Total	100	100%

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	69	69%
2.	Laki-laki	31	31%
	Jumlah	100	100%

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17 Tahun-21 Tahun	21	21%
2.	22 Tahun-26 Tahun	72	72%
3.	27 Tahun-31 Tahun	4	4%
4.	32 Tahun-36 Tahun	1	1%
5.	42 Tahun-45 Tahun	2	2%
	Jumlah	100	100%

No	Pendapatan Perbulan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp 1.000.000	8	10%
2.	> Rp 1.000.000	72	90%
	Jumlah	100	100%

Hasil Olah Data

Uji Validitas Variabel *Store layout* (X)

		Correlations												
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	StoreLayout
X1	Pearson Correlation	1	.492**	.345	.360	.481**	.427*	.286	-.055	.532**	.545**	.247	.083	.638**
	Sig. (2-tailed)		.006	.061	.050	.007	.019	.126	.773	.003	.002	.189	.663	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.492**	1	.102	.135	.547**	.317	.553**	.354	.427*	.268	.504**	.310	.687**
	Sig. (2-tailed)	.006		.592	.478	.002	.088	.002	.055	.019	.153	.005	.096	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.345	.102	1	.302	.225	.276	.162	-.156	-.027	.362*	.425*	.074	.401*
	Sig. (2-tailed)	.061	.592		.105	.232	.140	.393	.409	.889	.049	.019	.696	.028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.360	.135	.302	1	.056	.265	.250	.392*	.149	.596**	.237	.435*	.563**
	Sig. (2-tailed)	.050	.478	.105		.767	.157	.182	.032	.431	.001	.207	.016	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.481**	.547**	.225	.056	1	.591**	.410*	.075	.450*	.071	.314	-.065	.581**
	Sig. (2-tailed)	.007	.002	.232	.767		.001	.024	.693	.012	.709	.091	.734	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.427*	.317	.276	.265	.591**	1	.472**	.146	.439*	.388*	.374*	.184	.677**
	Sig. (2-tailed)	.019	.088	.140	.157	.001		.008	.443	.015	.034	.041	.330	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.286	.553**	.162	.250	.410*	.472**	1	.347	.271	.225	.505**	.370*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.126	.002	.393	.182	.024	.008		.060	.148	.232	.004	.044	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	-.055	.354	-.156	.392*	.075	.146	.347	1	.070	.195	.141	.456*	.425*
	Sig. (2-tailed)	.773	.055	.409	.032	.693	.443	.060		.715	.303	.457	.011	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.532**	.427*	-.027	.149	.450*	.439*	.271	.070	1	.558**	.398*	.439*	.655**
	Sig. (2-tailed)	.003	.019	.889	.431	.012	.015	.148	.715		.001	.029	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10	Pearson Correlation	.545**	.268	.362*	.596**	.071	.388*	.225	.195	.558**	1	.437*	.489**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.002	.153	.049	.001	.709	.034	.232	.303	.001		.016	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.247	.504**	.425*	.237	.314	.374*	.505**	.141	.398*	.437*	1	.545**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.189	.005	.019	.207	.091	.041	.004	.457	.029	.016		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.083	.310	.074	.435*	-.065	.184	.370*	.456*	.439*	.489**	.545**	1	.587**
	Sig. (2-tailed)	.663	.096	.696	.016	.734	.330	.044	.011	.015	.006	.002		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
StoreLayout	Pearson Correlation	.638**	.687**	.401*	.563**	.581**	.677**	.671**	.425*	.655**	.699**	.700**	.587**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.028	.001	.001	.000	.000	.019	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	MinatBeli
Y1	Pearson Correlation	1	-.007	.383*	.228	.231	.332	.395*	.402*	.513**	.503**
	Sig. (2-tailed)		.971	.037	.226	.220	.073	.031	.028	.004	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	-.007	1	.375*	.431*	.505**	.217	.284	-.012	.483**	.499**
	Sig. (2-tailed)	.971		.041	.017	.004	.250	.128	.950	.007	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.383*	.375*	1	.702**	.542**	.662**	.652**	.538**	.598**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.037	.041		.000	.002	.000	.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.228	.431*	.702**	1	.697**	.564**	.597**	.524**	.535**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.226	.017	.000		.000	.001	.000	.003	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.231	.505**	.542**	.697**	1	.633**	.668**	.356	.626**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.220	.004	.002	.000		.000	.000	.053	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.332	.217	.662**	.564**	.633**	1	.678**	.643**	.563**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.073	.250	.000	.001	.000		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.395*	.284	.652**	.597**	.668**	.678**	1	.752**	.652**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.031	.128	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.402*	-.012	.538**	.524**	.356	.643**	.752**	1	.538**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.028	.950	.002	.003	.053	.000	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.513**	.483**	.598**	.535**	.626**	.563**	.652**	.538**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.004	.007	.000	.002	.000	.001	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MinatBeli	Pearson Correlation	.503**	.499**	.807**	.782**	.814**	.812**	.867**	.711**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel *Store layout* (X)

Cronbach's Alpha	Reliability Statistics		Keterangan
	N of Items		
.695	12		Reliabel

Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)

Cronbach's Alpha	Reliability Statistics		Keterangan
	N of Items		
.806	9		Reliabel

Hasil Jawaban Kuesioner

		X1			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	51	51.0	51.0	52.0
	Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	69	69.0	69.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	75	75.0	75.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Setuju	78	78.0	78.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	52	52.0	52.0	52.0
	Setuju	34	34.0	34.0	86.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	20.0	20.0	20.0
	Setuju	72	72.0	72.0	92.0
	Sangat Setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	17	17.0	17.0	17.0
	Setuju	71	71.0	71.0	88.0
	Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
	Setuju	80	80.0	80.0	90.0
	Sangat Setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju	75	75.0	75.0	83.0
	Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
	Setuju	77	77.0	77.0	86.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	79	79.0	79.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Setuju	88	88.0	88.0	92.0
	Sangat Setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	60	60.0	60.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Setuju	72	72.0	72.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	63	63.0	63.0	65.0
	Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	84	84.0	84.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	17	17.0	17.0	17.0
	Setuju	72	72.0	72.0	89.0
	Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju	77	77.0	77.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	16	16.0	16.0	16.0
	Setuju	73	73.0	73.0	89.0
	Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Setuju	82	82.0	82.0	89.0
	Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	87	87.0	87.0	90.0
	Sangat Setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 ^a	.263	.256	2.285

a. Predictors: (Constant), StoreLayout

b. Dependent Variable: MinatBeli

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.947	2.911		3.760	.000
	StoreLayout	.469	.079	.513	5.917	.000

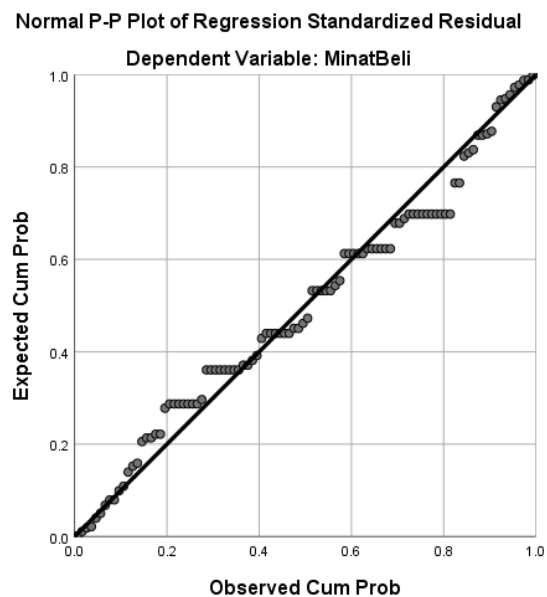
a. Dependent Variable: MinatBeli

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.835	1	182.835	35.015	.000 ^b
	Residual	511.725	98	5.222		
	Total	694.560	99			

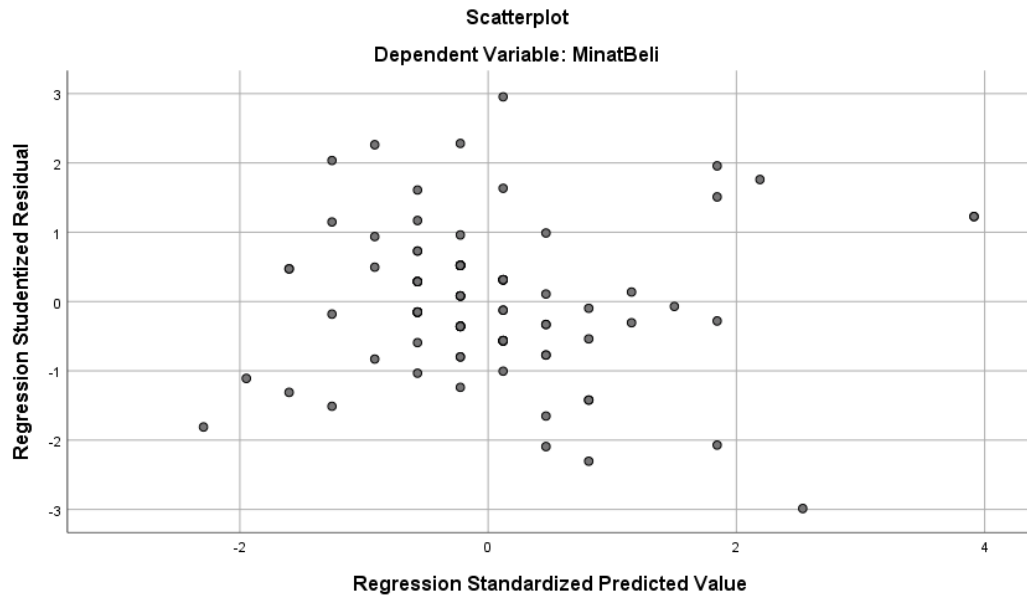
a. Dependent Variable: MinatBeli

b. Predictors: (Constant), StoreLayout

Uji Normalitas



Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6 Bukti observasi dan Penyebaran Kuesioner

