

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

*Planet Surf* didirikan oleh Bruno Tjahjono sejak tahun 1996, dan membuka outlet pertama di Galeria Mall, Yogyakarta pada tanggal 31 Januari 1997. *Planet Surf* perusahaan yang berkembang cepat, sekarang kami memiliki 39 outlet 6 pulau besar di seluruh Indonesia, dipisahkan dalam 3 wilayah utama, *West Indonesia*, *Center Indonesia*, dan *Indonesia Timur*. *Planet Surf* memiliki total sekitar 650 karyawan di Jakarta dan kantor Bali, dan semua toko ([www.store.planetsurfonline.com](http://www.store.planetsurfonline.com)).

*Planet Surf* merupakan salah satu gerai toko pakaian yang menjual berbagai macam kebutuhan sandang dan aksesoris. Disana kalian akan menemukan berbagai model pakaian baik kaos, kemeja, jaket, celana, underwear, jamper dan masih banyak lainnya. Di *Planet Surf* ini juga menyediakan aksesoris-aksesoris seperti jam tangan, gelang, kalung, topi, sepatu, sandal, sticker, dan lain-lain. Produk yang ada di *Planet Surf* adalah *Billabong*, *Dcshoecousa*, *Emily*, *Hurley*, *Insight*, *Juice Ematic*, *Mooks*, *Nixon*, *No Fear*, *Oakley*, *Paul Frank*, *Power Balance*, *Quiksilver*, *Reef*, *Rip Curl*, *Roxy*, *Rusty*, *Spyderbilt*, *Volcom*, *Vonzipper*.

*Planet Surf* adalah *factory outlet* fashion yang telah mendunia, salah satunya terdapat di Kota Malang. Di Kota Malang kini sudah terdapat tiga *factory outlate Planet Surf*, yang salah satunya terdapat di Mall terbesar Kota Malang

yakni Mall Olympic Garden (MOG) yang beralamat di jalan Kawi no. 24 Malang. Wimbi sebagai salah satu karyawan di Planet Surf (MOG) mengatakan bahwa “salah satu yang menarik dari outlate *Planet Surf* di Mall Olympic Garden yakni dengan memberikan nuansa (*store atmosphere*) yang berbeda dengan outlate lainnya yang berada di Kota Malang. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan, seiring dengan banyaknya orang responden yang berkunjung dan persaingan yang ketat toko lain yang berada di dalam Mall Olympic Garden (MOG)”.

## **B. Gambaran Umum Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen *Distro Planet Surf* di Mall Olympic Garden (MOG) Malang. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 14 Februari 2014 sampai dengan 28 Februari 2014. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh sampel sebanyak 116 orang responden responden. Gambaran umum responden meliputi: jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, penghasilan tiap bulan, pengeluaran setiap berkunjung ke *Distro Planet Surf* Mall Olympic Garden (MOG) Malang, dan frekuensi mengunjungi Mall Olympic Garden (MOG) Malang.

### **1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Gambaran distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1. Tabel 4.1 menunjukkan bahwa kelompok responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 59 orang responden (50,9%) dari 116 orang responden. Sementara kelompok responden perempuan sebanyak 57 orang

responden (49,1%). Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kelompok responden terbanyak adalah kelompok responden yang berjenis kelamin laki-laki, hal ini juga menunjukkan bahwa konsumen yang memutuskan untuk membeli produk di *Planet Surf Mall Olympic Garden (MOG)* cenderung lebih banyak laki-laki.

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang responden)	Persentase (%)
Laki – laki	59	50,9
Perempuan	57	49,1
<b>Jumlah</b>	<b>116</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer diolah, 2014

## 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia responden berkisar antara 18-43 tahun. Gambaran distribusi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel

4.2. Untuk menentukan kelas interval dihitung dengan rumus Struges :

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$K = 1 + 3.3 \log 116$$

$$K = 7,81 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \text{ kelas}$$

Keterangan :

K = Jumlah Kelas

n = Jumlah Data Observasi

log = logaritma

Menentukan panjang interval :

$$C = \frac{\text{maksimal} - \text{minimal}}{\text{banyak kelas}}$$

$$C = \frac{43 - 18}{8} = 3.13 \text{ dibulatkan menjadi } 3$$

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa kelompok responden berusia antara 18 tahun sampai dengan usia 20 tahun sebanyak 21 orang responden (18,1%) dari jumlah responden sebanyak 116 orang responden. Kelompok selanjutnya usia antara 21 tahun sampai dengan usia 23 tahun sebanyak 21 orang responden (18,1%), usia antara 24 tahun sampai dengan usia 26 tahun sebanyak 29 orang responden (25,0%), usia antara 27 tahun sampai dengan usia 29 tahun sebanyak 23 orang responden (19,8%), usia antara 30 sampai dengan usia 32 tahun sebanyak 8 orang responden (6,9%), usia 33 tahun sampai dengan usia 35 tahun sebanyak 5 orang responden (4,3%), usia antara 36 tahun sampai dengan usia 38 tahun sebanyak 5 orang responden (4,3%). Dapat disimpulkan bahwa rata-rata usia konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia 18 sampai dengan 29 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan di *Planet Surf Mall Olympic Garden (MOG) Malang* konsumen yang melakukan keputusan untuk membeli produk *Planet Surf* masih dalam golongan usia muda yang memang menjadi pasar dari produk yang dijual di *Planet Surf*.

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia**

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (orang responden)	Persentase (%)
1	18 – 20	21	18,1
2	21 – 23	21	18,1
3	24 – 26	29	25,0
4	27 – 29	23	19,8
5	30 – 32	8	6,9
6	33 - 35	5	4,3
7	36 – 38	5	4,3
8	≥ 39	4	3,4
<b>Jumlah</b>		<b>116</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah, 2014

### 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa kelompok responden berpendidikan akhir Sekolah Menengah Pertama (SMP) dengan jumlah 4 orang responden responden (3,4%) dari jumlah sebanyak 112 orang responden. Kelompok berikutnya adalah responden berpendidikan akhir Sekolah Menengah Atas/Kejuruan (SMA/K) sebanyak 44 orang responden responden (37,9%), responden berpendidikan akhir Diploma sebanyak 1 orang responden (0,9%), responden berpendidikan akhir Sarjana (S1) sebanyak 53 orang responden (45,7%), dan responden berpendidikan akhir Pasca Sarjana (S2) sebanyak 14 orang responden (12,1%). Dapat disimpulkan bahwa kelompok responden yang berpendidikan terakhir sarjana (S1) adalah kelompok responden terbanyak, selanjutnya yang berpendidikan terakhir SMA/SMK, hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini banyak ditemukan bahwa yang memiliki pendidikan terakhir Sarjana (S1) dan SMA/SMK paling banyak menjadi konsumen yang membeli produk di Planet Surf Mall Olympic Garden (MOG) Malang.

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan	Frekuensi (Orang responden)	Persentase (%)
1	SMP	4	3,4
2	SMA/SMK	44	37,9
3	S1 (Sarjana)	53	45,7
4	S2 (Pasca Sarjana)	14	12,1
5	Lainnya (Diploma)	1	0,9
<b>Jumlah</b>		<b>116</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer diolah, 2014

#### 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 menunjukkan kelompok responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri (PN) sebanyak 22 orang responden (19,8%) dari 116 orang responden responden.

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi (Orang responden)	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri	22	19,0
2	TNI/Polri	15	12,9
3	Karyawan Swasta	23	19,8
4	Mahasiswa	17	14,7
5	Wiraswasta	18	15,5
6	Pelajar	17	14,7
7	Ibu rumah Tangga	3	2,6
8	<i>Free Lance</i>	1	0,9
<b>Jumlah</b>		<b>116</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer diolah, 2014

Responden yang memiliki pekerjaan sebagai TNI/Polri sebanyak 15 orang responden (12,9%), responden yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 23 orang responden (19,8%), responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 17 orang responden (14,7%), responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 18 orang responden (25,5%), responden yang masih pelajar sebanyak 17 orang responden (14,7%), responden yang memiliki pekerjaan sebagai Ibu rumah tangga sebanyak 3 orang responden (2,6%) dan responden yang memiliki pekerjaan *Free Lance* sebanyak 1 orang responden (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa kelompok responden yang bekerja sebagai karyawan swasta merupakan responden terbanyak yang memutuskan

melakukan pembelian produk di *Planet Surf* Mall Olympic Garden (MOG) Malang.

### 5. Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Setiap Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata biaya yang dikeluarkan saat berkunjung ke *Planet Surf* Mall Olympic Garden berkisar antara Rp100.000,00- <Rp1.000.000,00. Untuk menentukan kelas interval dihitung dengan rumus

Struges :

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$K = 1 + 3.3 \log 116$$

$$K = 7,81 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \text{ kelas}$$

Keterangan :

K = Jumlah Kelas

n = Jumlah Data Observasi

log = logaritma

Untuk menentukan panjang interval sebagai berikut :

$$C = \frac{\text{maksimal} - \text{minimal}}{\text{banyak kelas}}$$

$$C = \frac{1.000.000 - 100.000}{8}$$

$$= 112.500$$

Keterangan:

C = rentang kelas (panjang kelas)

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Setiap Berkunjung**

No.	Pengeluaran Setiap Berkunjung (Rp)	Responden (Orang responden)	Persentase (%)
1	Rp100.000 - < Rp212.500	49	42,2
2	Rp212.500 - < Rp325.000	41	35,3
3	Rp325.000 - < Rp437.500	2	1,7
4	Rp437.000 - < Rp550.000	19	16,4
5	Rp550.000 - <Rp662.500	3	2,6
6	Rp662.500 - <Rp775.000	0	0,0
7	Rp775.000 - <Rp887.500	0	0,0
8	Rp887.500 – Rp1.000.000	2	1,7
<b>Jumlah</b>		<b>116</b>	<b>100*</b>

Sumber: Data primer diolah, 2014

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa kelompok responden yang setiap berkunjung ke *Planet Surf* mengeluarkan uang sebesar antara Rp100.000 sampai dengan kurang dari Rp212.500 sebanyak 49 orang responden (42,2%) dari jumlah responden sebanyak 116 orang responden. Kelompok berikutnya adalah responden yang mengeluarkan uang kisaran antara Rp Rp212.500 sampai dengan kurang dari Rp325.000 sebanyak 41 orang responden (35,3%), selanjutnya kelompok responden yang mengeluarkan uang kisaran antara Rp325.000 sampai dengan kurang dari Rp437.500 sebanyak 2 orang responden (1,7%), responden yang mengeluarkan uang kisaran antara Rp437.500 sampai dengan kurang dari Rp550.000 sebanyak 19 orang responden (16,4%), kelompok responden yang mengeluarkan uang kisaran antara Rp550.000 sampai dengan kurang dari Rp662.500 sebanyak 3 orang responden (2,6%) dan kelompok responden yang mengeluarkan uang kisaran antara Rp887.500 sampai dengan Rp1.000.000 untuk

berbelanja di Planet Surf Malang sebanyak 2 orang responden (1,7%). Dapat disimpulkan bahwa kelompok responden berdasarkan rata-rata pengeluaran setiap berkunjung ke Planet Surf Malang yakni rata-rata antara Rp 100.000,00 sampai dengan Rp 212.500,00 adalah kelompok responden terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk yang dijual di *Planet Surf* terjangkau.

#### 6. Distribusi Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung ke MOG

Gambaran distribusi responden berdasarkan Intensitas berkunjung ke *Planet Surf* dapat dilihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Frekuensi Mengunjungi MOG**

No.	Banyaknya Kunjungan	Frekuensi (Orang responden)	Persentase (%)
1	1 kali dalam 1 bulan	56	48,3
2	2 kali dalam 1 bulan	23	19,8
3	3 kali dalam 1 bulan	10	8,6
4	>3 kali dalam 1 bulan	9	7,8
5	Lain-lain	18	15,5
<b>Jumlah</b>		<b>116</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer diolah, 2014

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa kelompok responden yang berkunjung 3 kali dalam 1 bulan ke Mall Olympic Garden Malang sebanyak 56 orang responden (48,3%). Kelompok berikutnya adalah responden yang berkunjung ke Mall Olympic Garden Malang 2 kali dalam 1 bulan dengan jumlah 23 orang responden (19,8%), responden yang berkunjung ke Mall Olympic Garden Malang 3 kali dalam 1 bulan sebanyak 10 orang responden (8,6%), responden yang sudah berkunjung lebih dari 3 kali dalam 1 bulan ke Mall Olympic Garden Malang

sebanyak 9 orang responden (7,8%) dan lainnya yang mungkin berasal dari luar kota yang berkunjung ke Mall Olympic Garden Malang dalam rentan tahun sebanyak 18 orang responden (15,5%). Dapat disimpulkan bahwa kelompok responden yang berdasarkan frekuensi mengunjungi Mall Olympic Garden (MOG) paling banyak adalah kelompok responden yang berkunjung sebanyak 1 kali dalam 1 bulan.

### 7. Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan

Gambaran distribusi responden berdasarkan penghasilan dapat dilihat pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penghasilan**

No.	Penghasilan	Frekuensi (Orang responden)	Persentase (%)
1	≤ Rp1.000.000,00	38	32,8
2	≤ Rp2.500.000,00	11	9,5
3	≤ Rp3.500.000,00	42	36,2
4	≤ Rp5.000.000,00	20	17,2
5	> Rp5.000.000,00	5	4,3
<b>Jumlah</b>		<b>116</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer diolah,2014

Tabel 4.7 menunjukkan kelompok responden menunjukkan distribusi responden berdasarkan penghasilan yang diperoleh setiap bulan. Kelompok pertama dengan penghasilan sebesar ≤ Rp1.000.000,00 sebanyak 38 orang responden (32,8%), responden yang memiliki penghasilan sebesar ≤ Rp2.500.000,00 sebanyak 11 orang responden (9,5%), responden yang memiliki penghasilan sebesar ≤ Rp3.500.000,00 sebanyak 42 orang responden (36,2%),

responden yang memiliki penghasilan sebesar  $\leq$  Rp5.000.000,00 sebanyak 20 orang responden (17,2%) dan responden yang memiliki penghasilan sebesar  $>$  Rp5.000.000,00 sebanyak 5 orang responden (4,3%). Dalam gambaran umum responden yang berdasarkan penghasilan dapat disimpulkan konsumen yang memutuskan untuk melakukan pembelian produk di Planet Surf adalah kelompok responden yang berpenghasilan sebesar  $\leq$  Rp3.500.000,00. Hal ini menunjukkan bahwa pangsa pasar Planet Surf dapat dikatakan adalah golongan menengah ke atas.

### C. Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif tujuannya untuk mendukung analisis kuantitatif dan memberikan gambaran mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain adalah *Store atmosphere* yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*. Dalam analisis deskriptif ini akan dikaji bagaimana respon yang diberikan dari para konsumen (responden) melalui kuesioner yang diberikan pada setiap *item-item* atau butir-butir pernyataan yang ada. Hasil distribusi frekuensi ditampilkan dalam bentuk tabel serta penjelasannya.

#### 1. Variabel *Exterior*

Variabel *Exterior* ( $X_1$ ) terdapat lima indikator dan sepuluh *item* pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Distribusi frekuensi variabel *Exterior* dapat dilihat pada Tabel 4.8.

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Frekuensi Variabel *Exterior* ( $X_1$ )**

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean Item	Mean Indikator
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
X <sub>1.1</sub>	X <sub>1.1.1</sub>	3	2,6	13	11,2	14	12,1	75	64,7	11	9,5	3,8	3,7
	X <sub>1.1.2</sub>	2	1,7	17	14,7	12	10,3	75	64,7	10	8,6	3,6	
X <sub>1.2</sub>	X <sub>1.2.1</sub>	3	2,6	15	12,9	15	12,9	72	62,1	11	9,5	3,6	3,7
	X <sub>1.2.2</sub>	2	1,7	13	11,2	20	17,2	61	52,6	20	17,2	3,7	
X <sub>1.3</sub>	X <sub>1.3.1</sub>	3	2,6	8	6,9	12	10,3	78	67,2	15	12,9	3,8	3,8
	X <sub>1.3.2</sub>	2	1,7	11	9,5	24	20,7	63	54,3	16	13,8	3,7	
X <sub>1.4</sub>	X <sub>1.4.1</sub>	3	2,6	15	12,9	20	17,2	61	52,6	17	14,7	3,6	3,7
	X <sub>1.4.2</sub>	3	2,6	6	5,2	25	21,6	68	58,6	14	12,1	3,7	
X <sub>1.5</sub>	X <sub>1.5.1</sub>	2	1,7	5	4,3	32	27,6	67	57,8	10	8,6	3,7	3,8
	X <sub>1.5.2</sub>	2	1,7	8	6,9	22	19,0	63	54,3	21	18,1	3,8	
Grand Mean												3,7	

Sumber : Data primer diolah, 2014

Keterangan:

- |                    |   |     |                       |
|--------------------|---|-----|-----------------------|
| X <sub>1.1</sub>   | = Bagian depan toko                         | STS | = Sangat tidak setuju |
| X <sub>1.1.1</sub> | = Display bagian depan toko unik            | TS  | = Tidak setuju        |
| X <sub>1.1.2</sub> | = Tampilan bagian luar toko menarik         | N   | = Netral              |
| X <sub>1.2</sub>   | = Papan nama toko                           | S   | = Setuju              |
| X <sub>1.2.1</sub> | = Ukuran papan nama toko sesuai             | SS  | = Sangat setuju       |
| X <sub>1.2.2</sub> | = Penempatan papan nama toko mudah terlihat |     |                       |
| X <sub>1.3</sub>   | = Pintu masuk toko                          |     |                       |
| X <sub>1.3.1</sub> | = Penempatan pintu masuk yang tepat         |     |                       |
| X <sub>1.3.2</sub> | = Ukuran pintu masuk yang lebar             |     |                       |
| X <sub>1.4</sub>   | = Luas abangunan                            |     |                       |
| X <sub>1.4.1</sub> | = langit-langit toko tinggi                 |     |                       |
| X <sub>1.4.2</sub> | = Bangunan toko luas                        |     |                       |
| X <sub>1.5</sub>   | = Keunikan                                  |     |                       |
| X <sub>1.5.1</sub> | = Keseluruhan <i>Exterior</i>               |     |                       |
| X <sub>1.5.2</sub> | = Keseluruhan <i>Interior</i>               |     |                       |

**a. Indikator Bagian Depan Toko ( $X_{1.1}$ )**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa pada *item* display bagian depan toko unik ( $X_{1.1.1}$ ) sebanyak 3 orang responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%)

menyatakan tidak setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 75 orang responden (64,7%) menyatakan setuju, sebanyak 11 orang responden (9,5%) menyatakan sangat setuju. *Item* display bagian depan toko unik ( $X_{1.1.1}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,8. Pada *item* Tampilan bagian luar toko menarik ( $X_{1.1.2}$ ) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 17 orang responden (14,7%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 12 orang responden (10,3%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 75 orang responden (64,7%) menyatakan setuju, sebanyak 10 orang responden (8,6%) menyatakan sangat setuju. *Item* tampilan bagian luar toko menarik ( $X_{1.1.2}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,6. Hal tersebut menunjukkan bahwa Planet Surf Mall Olympic Garden Malang memiliki bagian toko yang unik dan menarik. Keseluruhan item pada indikator bagian depan toko memperoleh nilai rata-rata 3,7, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**b. Indikator papan nama toko ( $X_{1.2}$ )**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa pada *item* ukuran papan nama toko sesuai ( $X_{1.2.1}$ ) sebanyak 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) ragu-ragu, sebanyak 72 orang responden (62,1%) menyatakan setuju, sebanyak 11 orang responden (9,5%) menyatakan sangat setuju. *Item* ukuran papan nama toko sesuai ( $X_{1.2.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Pada *item* penempatan papan nama toko ( $X_{1.2.2}$ ) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 20 orang responden

(17,2%) ragu-ragu, sebanyak 61 orang responden (52,6%) menyatakan setuju, sebanyak 20 orang responden (17,2%) menyatakan sangat setuju. *Item* penempatan papan nama toko ( $X_{1.2.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,7. Hal tersebut menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap penataan papan nama yang terdiri dari ukuran papan nama dan penempatan papan nama *Planet Surf* Mall Olympic Garden Malang sudah baik. Keseluruhan item pada indikator papan nama toko memperoleh nilai rata-rata 3,7, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**c. Indikator Pintu masuk toko ( $X_{1.3}$ )**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa pada *item* penempatan pintu masuk toko ( $X_{1.3.1}$ ) sebanyak 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 8 orang responden (6,9%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 12 orang responden (10,3%) ragu-ragu, sebanyak 78 orang responden (67,2%) menyatakan setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menyatakan sangat setuju. *Item* penempatan pintu masuk tepat ( $X_{1.3.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,8. Pada *item* ukuran pintu masuk lebar ( $X_{1.3.2}$ ) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 11 orang responden (9,5%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 24 orang responden (20,7%) ragu-ragu, sebanyak 63 orang responden (54,3%) menyatakan setuju, sebanyak 16 orang responden (13,8%) menyatakan sangat setuju. *Item* ukuran pintu masuk lebar ( $X_{1.3.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,7 Hal tersebut menunjukkan bahwa penataan pintu masuk *Planet Surf* Mall Olympic Garden Malang toko sudah cukup baik. Keseluruhan item pada indikator pintu masuk toko memperoleh

nilai rata-rata 3,8, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**d. Indikator Luas Bangunan (X<sub>1.4</sub>)**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa pada *item* langit-langit toko tinggi (X<sub>1.4.1</sub>) 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 20 orang responden (17,2%) ragu-ragu, sebanyak 61 orang responden (52,6%) menyatakan setuju, sebanyak 17 orang responden (14,7%) menyatakan sangat setuju. *Item* langit-langit toko tinggi (X<sub>1.4.1</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Pada *item* bangunan toko luas (X<sub>1.4.2</sub>) sebanyak 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 orang responden (5,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 25 orang responden (21,6%) ragu-ragu, sebanyak 68 orang responden (58,6%) menyatakan setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menyatakan sangat setuju. *Item* bangunan toko luas (X<sub>1.4.2</sub>) memiliki rata-rata sebesar 3,7. Hal tersebut menunjukkan bahwa luas bangunan Planet Surf Mall Olympic Garden Malang memanfaatkan luas bangunan dengan baik sehingga membuat nyaman para konsumen. Keseluruhan item pada indikator luas bangunan memperoleh nilai rata-rata 3,7, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**e. Indikator Keunikan (X<sub>1.5</sub>)**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa pada *item* keseluruhan Exterior (X<sub>1.5.1</sub>) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 5 orang responden (4,3%) menyatakan tidak setuju,

sebanyak 32 orang responden (27,6%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 67 orang responden (57,8%) menyatakan setuju, sebanyak 10 orang responden (8,6%) menyatakan sangat setuju dan *item* keseluruhan *exterior* ( $X_{1.5}$ ) memiliki rata-rata sebesar 3,7. Pada *item* keseluruhan interior ( $X_{1.5.2}$ ) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 8 orang responden (6,9%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 22 orang responden (19,0%) menyatakan ragu-ragu, sebanyak 63 orang responden (54,3%) menyatakan setuju, sebanyak 21 orang responden (18,1%) menyatakan sangat tidak setuju dan *item* keseluruhan interior ( $X_{1.5.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,8. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* memiliki toko yang unik. Keseluruhan item pada indikator luas bangunan memperoleh nilai rata-rata 3,8, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

Pada variabel *Exterior* diperoleh *Grand Mean* sebesar 3,7. Angka tersebut berarti bahwa secara keseluruhan responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Hal tersebut juga berarti bahwa konsumen setuju jika secara keseluruhan *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* mampu membuat tampilan luar toko dengan baik sehingga mampu menarik para konsumen untuk melakukan pembelian, dan memberikan nilai positif yang menyenangkan konsumen untuk berbelanja.

## 2. Variabel *General Interior* ( $X_2$ )

Variabel *General Interior* ( $X_2$ ) terdapat sembilan indikator dan delapan belas *item* pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Distribusi frekuensi variabel *General Interior* dapat dilihat pada Tabel 4.9.

**Tabel 4.9**  
**Distribusi Frekuensi Variabel *General Interior* ( $X_2$ )**

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean Item	Mean Indikator
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
X <sub>2.1</sub>	X <sub>2.1.1</sub>	5	4,3	13	11,2	12	10,3	71	61,2	15	12,9	3,8	3,6
	X <sub>2.1.2</sub>	5	4,3	20	17,2	21	18,1	62	53,4	8	6,9	3,4	
X <sub>2.2</sub>	X <sub>2.2.1</sub>	5	4,3	12	10,3	20	17,2	67	57,8	12	10,3	3,6	3,6
	X <sub>2.2.2</sub>	2	1,7	20	17,2	28	24,1	51	44,0	15	12,9	3,5	
X <sub>2.3</sub>	X <sub>2.3.1</sub>	6	5,2	16	13,8	12	10,3	73	62,9	9	7,8	3,5	3,6
	X <sub>2.3.2</sub>	4	3,4	17	14,7	19	16,4	62	53,4	14	12,1	3,5	
X <sub>2.4</sub>	X <sub>2.4.1</sub>	1	,9	14	12,1	29	25,0	58	50,0	14	12,1	3,6	3,6
	X <sub>2.4.2</sub>	2	1,7	19	16,4	28	24,1	57	49,1	10	8,6	3,4	
X <sub>2.5</sub>	X <sub>2.5.1</sub>	5	4,3	14	12,1	20	17,2	67	57,8	10	8,6	3,5	3,6
	X <sub>2.5.2</sub>	9	7,8	11	9,5	15	12,9	65	56,0	16	13,8	3,5	
X <sub>2.6</sub>	X <sub>2.6.1</sub>	8	6,9	13	11,2	14	12,3	67	57,8	14	12,1	3,5	3,5
	X <sub>2.6.2</sub>	8	6,9	15	12,9	23	19,8	57	49,1	13	11,2	3,4	
X <sub>2.7</sub>	X <sub>2.7.1</sub>	9	7,8	8	6,9	14	12,1	70	60,3	15	12,9	3,6	3,7
	X <sub>2.7.2</sub>	8	6,9	13	11,2	19	16,4	45	38,8	31	26,7	3,6	
X <sub>2.8</sub>	X <sub>2.8.1</sub>	9	7,8	11	9,5	16	13,8	66	56,9	14	12,1	3,5	3,6
	X <sub>2.8.2</sub>	1	,9	17	14,7	25	21,6	55	47,4	18	15,5	3,6	
X <sub>2.9</sub>	X <sub>2.9.1</sub>	0	0	23	19,8	11	9,5	58	50,0	24	20,7	3,7	3,6
	X <sub>2.9.2</sub>	0	0	23	19,8	27	23,3	49	42,2	17	14,7	3,5	
<b>Grand Mean</b>													3,6

Sumber :

Keterangan:

- |                    |                                   |                    |  |
|--------------------|-----------------------------------|--------------------|--|
| X <sub>2.1</sub>   | = Lantai dalam toko               | X <sub>2.6</sub>   | = <i>Dead area</i> (ruangan di dalam toko)         |
| X <sub>2.1.1</sub> | = kondisi lantai toko bersih      | X <sub>2.6.1</sub> | = Penataan boneka peraga ( <i>mannequin</i> ) rapi |
| X <sub>2.1.2</sub> | = Pemilihan jenis lantai menarik  | X <sub>2.6.2</sub> | = terdapat hiasan dinding                          |
| X <sub>2.2</sub>   | = Pencahayaan                     | X <sub>2.7</sub>   | = Barang dagangan                                  |
| X <sub>2.2.1</sub> | = Pencahayaan dalam toko terang   | X <sub>2.7.1</sub> | = variasi produk yang dijual                       |
| X <sub>2.2.2</sub> | = pemilihan warna dinding menarik | X <sub>2.7.2</sub> | = kualitas produk yang dijual                      |
| X <sub>2.3</sub>   | = Peralatan penunjuang            | X <sub>2.8</sub>   | = harga  |
| X <sub>2.3.1</sub> | = rak untuk setiap jenis barang   | X <sub>2.8.1</sub> | = kejelasan label harga pada produk                |
| X <sub>2.3.2</sub> | = tersedia kamar pas              |                    |  |
| X <sub>2.4</sub>   | = Suhu udara dalam toko           |                    |  |
| X <sub>2.4.1</sub> | = temperatur suhu udara sejuk     |                    |  |

X <sub>2.4.2</sub>	= udara di dalam toko membuat nyaman	X <sub>2.8.2</sub>	= harga tercantum di rak
X <sub>2.5</sub>	= jarak antara rak barang	X <sub>2.9</sub>	= kebersihan
X <sub>2.5.1</sub>	= rapi	X <sub>2.9.1</sub>	= kondisi toko bersih
X <sub>2.5.2</sub>	= tidak sempit	X <sub>2.9.2</sub>	= Aroma dalam toko wangi
STS	= Sangat Tidak setuju	N	= Netral
TS	= Tidak Setuju	S	= Setuju
		SS	= Sangat setuju.

#### a. Indikator Lantai Dalam Toko (X<sub>2.1</sub>)

Hasil perhitungan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa pada *item* Lantai dalam toko bersih (X<sub>2.1.1</sub>) sebanyak 5 orang responden (4,3%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 12 orang responden (10,3%) ragu-ragu, sebanyak 71 orang responden (61,2%) menyatakan setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menyatakan sangat setuju. *Item* kondisi lantai dalam toko bersih (X<sub>2.1.1</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,8. Pada *item* pemilihan jenis lantai yang menarik (X<sub>2.1.2</sub>) sebanyak 5 orang responden (4,3) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 20 orang responden (17,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 21 orang responden (18,1%) ragu-ragu, sebanyak 62 orang responden (53,4%) menyatakan setuju, dan sebanyak 8 orang responden (6,9%) menyatakan sangat setuju. *Item* pemilihan jenis lantai yang menarik (X<sub>2.1.2</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,4. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Planet Surf* Mall Olympic Garden Malang memilih jenis lantai yang menarik dan kondisi lantai selalu bersih. Keseluruhan item pada indikator lantai dalam toko memperoleh nilai rata-rata 3,6, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**b. Indikator Pencahayaan (X<sub>2.2</sub>)**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada *item* Pencsahayaan dalam toko terang (X<sub>2.2.1</sub>) sebanyak 5 orang responden (4,3%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 12 orang responden (10,3%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 20 orang responden (17,2%) ragu-ragu, sebanyak 67 orang responden (57,8%) menyatakan setuju, dan sebanyak 12 orang responden (10,3%) menyatakan sangat setuju. *Item* pencahayaan dalam toko yang terang (X<sub>2.2.1</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Pada *item* pemilihan warna dinding yang menarik (X<sub>2.2.2</sub>) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 20 orang responden (17,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 28 orang responden (24,1%) ragu-ragu, sebanyak 51 orang responden (44,0%) menyatakan setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menyatakan sangat setuju. *Item* pemilihan warna dinding yang menarik (X<sub>2.2.2</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,5. Hal tersebut menunjukkan Planet Surf Mall Olympic Garden Malang memiliki pencahayaan ruangan dalam toko yang terang. Keseluruhan item pada indikator luas bangunan memperoleh nilai rata-rata 3,6, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**c. Indikator Peralatan Penunjang (X<sub>2.3</sub>)**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada *item* rak untuk setiap jenis barang (X<sub>2.3.1</sub>) sebanyak 6 orang responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 16 orang responden (13,8%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 12 orang responden (10,3%) ragu-ragu, sebanyak 73 orang responden (62,9%)

menyatakan setuju, sebanyak 9 orang responden (7,8%) menyatakan sangat setuju. *Item* rak untuk setiap jenis barang ( $X_{2.3.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,5. Pada *item* tersedia kamar pas ( $X_{2.3.2}$ ) sebanyak 4 orang responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 17 orang responden (14,7%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 orang responden (16,4%) ragu-ragu, sebanyak 62 orang responden (53,4%) menyatakan setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menyatakan sangat setuju. *Item* tersedia kamar pas ( $X_{2.3.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,5. Hal tersebut menunjukkan peralatan penunjang yang dimiliki oleh Planet Surf Mall Olympic Garden (MOG) Malang sudah cukup baik. Keseluruhan item pada indikator peralatan penunjang memperoleh nilai rata-rata 3,6, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

#### **d. Indikator Suhu Udara Dalam Toko ( $X_{2.4}$ )**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada *item* Temperatur suhu udara yang sejuk ( $X_{2.4.1}$ ) sebanyak 1 orang responden (0,9%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 29 orang responden (25,0%) ragu-ragu, sebanyak 58 orang responden (50,0%) menyatakan setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menyatakan sangat setuju. *Item* temperatur suhu udara yang sejuk ( $X_{2.4.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Pada *item* udara dalam toko memberi kenyamanan ( $X_{2.4.2}$ ) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 19 orang responden (16,4%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 28 orang responden (24,1%) ragu-ragu, sebanyak 57 orang

responden (49,1%) menyatakan setuju, sebanyak 10 orang responden (8,6%) menyatakan sangat setuju. *Item* udara dalam toko memberi kenyamanan ( $X_{2.4.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,4. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* mampu membuat suhu udara didalam toko selalu sejuk dan membuat nyaman para konsumen. Keseluruhan item pada indikator suhu udara dalam toko memperoleh nilai rata-rata 3,6, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**e. Indikator Jarak Antara Rak Barang ( $X_{2.5}$ )**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada *item* rapi ( $X_{2.5.1}$ ) sebanyak 5 orang responden (4,3%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 28 orang responden (24,1%) ragu-ragu, sebanyak 57 orang responden (49,1%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 10 orang responden (8,6%) menyatakan sangat setuju. *Item* rapi ( $X_{2.5.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,5. Pada *item* tidak sempit ( $X_{2.5.2}$ ) sebanyak 9 orang responden (7,8%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 11 orang responden (9,5%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) ragu-ragu, sebanyak 65 orang responden (56,0%) menyatakan setuju, sebanyak 16 orang responden (13,8%) menyatakan sangat setuju. *Item* tidak sempit ( $X_{2.5.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,5. Hal tersebut menunjukkan bahwa penataan jarak rak dengan barang yang dilakukan oleh *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* mampu membuat nyaman para konsumen sehingga mampu mempengaruhi untuk memutuskan melakukan pembelian. Keseluruhan item pada indikator jarak antara rak dan barang

memperoleh nilai rata-rata 3,6, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**f. Indikator Ruang di Dalam Toko (X<sub>2.6</sub>)**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada *item* Penataan boneka peraga rapi (X<sub>2.6.1</sub>) sebanyak 8 orang responden (6,9%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) ragu-ragu, sebanyak 67 orang responden (57,8%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menyatakan sangat setuju. *Item* Penataan boneka peraga rapi (X<sub>2.6.1</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,5. Pada *item* terdapat hiasan di dinding toko (X<sub>2.6.2</sub>) sebanyak 8 orang responden (6,9%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 23 orang responden (19,8%) ragu-ragu, sebanyak 57 orang responden (49,1%) menyatakan setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%) menyatakan sangat setuju. *Item* terdapat hiasan di dinding toko (X<sub>2.6.2</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,4. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf* Mall Olympic Garden Malang ruangan didalam toko mampu mempengaruhi konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian. Keseluruhan item pada indikator ruangan didalam toko memperoleh nilai rata-rata 3,5, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**g. Indikator Barang Dagangan (X<sub>2.7</sub>)**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada *item* Variasi produk yang dijual bermacam-macam (X<sub>2.7.1</sub>) sebanyak 9 orang responden (7,8%)

menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 8 orang responden (6,9%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) ragu-ragu, sebanyak 70 orang responden (60,3%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menyatakan sangat setuju. *Item* Variasi produk yang dijual bermacam-macam ( $X_{2.7.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Pada *item* kualitas produk yang dijual ( $X_{2.7.2}$ ) sebanyak 8 orang responden (6,9%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 orang responden (16,4%) ragu-ragu, sebanyak 45 orang responden (38,8%) menyatakan setuju, sebanyak 31 orang responden (26,7%) menyatakan sangat setuju. *Item* kualitas produk yang dijual ( $X_{2.7.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Hal tersebut menunjukkan produk yang dijual Planet Surf Mall Olympic Garden Malang memiliki banyak pilihan yang menarik dan kualitas yang baik. Keseluruhan item pada indikator barang dagangan memperoleh nilai rata-rata 3,7, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

#### **h. Indikator Harga ( $X_{2.8}$ )**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada *item* Kejelasan label harga pada produk ( $X_{2.8.1}$ ) sebanyak 9 orang responden (7,8%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 11 orang responden (9,5%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 16 orang responden (13,8%) ragu-ragu, sebanyak 66 orang responden (56,9%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menyatakan sangat setuju. *Item* Kejelasan label harga pada produk ( $X_{2.8.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,5. Pada *item* harga produk

tercantum pada rak tempat produk ( $X_{2.8.2}$ ) sebanyak 1 orang responden (0,9%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 17 orang responden (14,7%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 25 orang responden (21,6%) ragu-ragu, sebanyak 55 orang responden (47,4%) menyatakan setuju, sebanyak 18 orang responden (15,5%) menyatakan sangat setuju. *Item* produk tercantum pada rak tempat produk ( $X_{2.8.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Hal tersebut menunjukkan harga produk yang dijual *Planet Surf* Mall Olympic Garden Malang sudah sesuai dengan yang tertera pada label harga produk. Keseluruhan item pada indikator harga memperoleh nilai rata-rata 3,6, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

#### **i. Indikator Kebersihan ( $X_{2.9}$ )**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada *item* Kondisi toko bersih ( $X_{2.9.1}$ ) sebanyak 23 orang responden (19,8%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 11 orang responden (9,5%) ragu-ragu, sebanyak 58 orang responden (50,0%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 24 orang responden (20,7%) menyatakan sangat setuju. *Item* Kondisi toko bersih ( $X_{2.9.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,7. Pada *item* Aroma dalam toko wangi ( $X_{2.9.2}$ ) sebanyak 23 orang responden (19,8%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 orang responden (23,3%) ragu-ragu, sebanyak 49 orang responden (42,2%) menyatakan setuju, sebanyak 17 orang responden (14,7%) menyatakan sangat setuju. *Item* Aroma dalam toko wangi ( $X_{2.9.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,5. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf* Mall Olympic Garden Malang memiliki toko yang selalu bersih dan membuat nyaman para konsumen untuk melakukan

pembelian. Keseluruhan item pada indikator kebersihan memperoleh nilai rata-rata 3,6, yang berarti bahwa responden setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

Pada variabel *General Interior* diperoleh *Grand Mean* sebesar 3,6. Angka tersebut berarti bahwa secara keseluruhan responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Hal tersebut juga berarti bahwa konsumen setuju jika penataan *General Interior* di *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* sudah cukup baik. Penataan dan pencahayaan yang baik akan membuat para konsumen tertarik dan membuat konsumen mudah untuk mengamati.

### 3. Variabel *Store Layout* ( $X_3$ )

Variabel *Store Layout* ( $X_3$ ) terdapat tiga indikator dan enam *item* pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Distribusi frekuensi variabel *Store Layout* dapat dilihat pada Tabel 4.10.

**Tabel 4.10**  
**Distribusi Frekuensi Variabel *Store Layout***

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean Item	Mean Indikator
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
X <sub>3.1</sub>	X <sub>3.1.1</sub>	0	0,0	18	15,5	16	13,8	62	53,4	20	17,2	3,7	3,7
	X <sub>3.1.2</sub>	2	1,7	19	16,4	19	16,4	53	45,7	23	19,8	3,7	
X <sub>3.2</sub>	X <sub>3.2.1</sub>	3	2,6	13	11,2	10	8,6	55	47,4	35	30,2	3,9	3,9
	X <sub>3.2.2</sub>	3	2,6	12	10,3	15	12,9	50	43,1	36	31,0	3,9	
X <sub>3.3</sub>	X <sub>3.3.1</sub>	3	2,6	6	5,2	23	19,8	65	56,0	19	16,4	3,8	3,8
	X <sub>3.3.2</sub>	2	1,7	13	11,2	28	24,1	47	40,5	26	22,4	3,7	
<i>Grand Mean</i>												3,8	

Sumber : Data primer diolah, 2014

Keterangan :

X <sub>3.1</sub>	= Alokasi ruang	STS	= Sangat tidak setuju
X <sub>3.1.1</sub>	= Tersedianya ruangan penyimpanan barang	TS	= Tidak setuju
X <sub>3.1.2</sub>	= Tersedia tempat penitipan barang	N	= Netral
X <sub>3.2</sub>	= Pengelompokan produk	S	= Setuju
X <sub>3.2.1</sub>	= Pengelompokan produk sesuai jenisnya	SS	= Sangat setuju
X <sub>3.2.2</sub>	= Penataan produk sejenis yang unik		
X <sub>3.3</sub>	= Lalu lintas toko		
X <sub>3.3.1</sub>	= Pengaturan jalan dalam ruangan		
X <sub>3.3.2</sub>	= Jarak antara rak yang lebar		

#### a. Indikator Alokasi Ruang (X<sub>3.1</sub>)

Hasil perhitungan pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa pada *item* Tersedianya gudang penyimpanan barang (X<sub>3.1.1</sub>) sebanyak 18 orang responden (15,5%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 16 orang responden (13,8%) ragu-ragu, sebanyak 62 orang responden (53,4%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 20 orang responden (17,2%) menyatakan sangat setuju. *Item* Tersedianya gudang penyimpanan barang (X<sub>3.1.1</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,7. Pada *item* Tersedianya tempat penitipan barang (X<sub>3.1.2</sub>) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 19 orang responden (16,4%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 orang responden (16,4%) ragu-ragu, sebanyak 53 orang responden (45,7%) menyatakan setuju, sebanyak 23 orang responden (19,8%) menyatakan sangat setuju. *Item* Tersedianya gudang penyimpanan barang (X<sub>3.1.2</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,7. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* memiliki ruangan yang membantu para konsumen untuk memudahkan bergerak dalam toko untuk memilih produk yang akan dibeli seperti tempat penitipan barang. Keseluruhan item pada indikator alokasi ruang memperoleh nilai rata-rata 3,7, yang berarti

bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian

#### **b. Indikator Pengelompokan Produk (X<sub>3.2</sub>)**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa pada *item* Pengelompokan produk sejenis (X<sub>3.2.1</sub>) sebanyak 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 10 orang responden (8,6%) ragu-ragu, sebanyak 55 orang responden (47,4%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 35 orang responden (30,2%) menyatakan sangat setuju. *Item* Pengelompokan produk sejenis (X<sub>3.2.1</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,9. Pada *item* Penataan produk sejenis yang unik (X<sub>3.2.2</sub>) sebanyak 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 12 orang responden (10,3%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) ragu-ragu, sebanyak 50 orang responden (43,1%) menyatakan setuju, sebanyak 36 orang responden (31,0%) menyatakan sangat setuju. *Item* Penataan produk sejenis yang unik (X<sub>3.2.2</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,9. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* mengelompokkan produk yang dijual sesuai dengan jenisnya sehingga membantu konsumen untuk mencari produk yang akan dibeli. Keseluruhan item pada indikator pengelompokan produk memperoleh nilai rata-rata 3,9, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

### c. Indikator Lalu Lintas Toko (X<sub>3.3</sub>)

Hasil perhitungan pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa pada *item* pengaturan jalan di dalam toko (X<sub>3.3.1</sub>) sebanyak 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 orang responden (5,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 23 orang responden (19,8%) ragu-ragu, sebanyak 65 orang responden (56,0%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 19 orang responden (16,4%) menyatakan sangat setuju. *Item* pengaturan jalan di dalam toko (X<sub>3.3.1</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,8. Pada *item* jarak antara rak yang lebar (X<sub>3.3.2</sub>) sebanyak 13 orang responden (11,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 28 orang responden (24,1%) ragu-ragu, sebanyak 47 orang responden (40,5%) menyatakan setuju, sebanyak 26 orang responden (22,4%) menyatakan sangat setuju. *Item* Jarak antara rak yang lebar (X<sub>3.3.2</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,7. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* memiliki lalu lintas toko yang tertata dengan rapi. Keseluruhan item pada indikator lalu lintas toko memperoleh nilai rata-rata 3,8, yang berarti bahwa responden setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Pada variabel *Store Layout* diperoleh *Grand Mean* sebesar 3,8. Angka tersebut berarti bahwa secara keseluruhan responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Hal tersebut juga berarti bahwa alokasi ruang, pengelompokan produk dan lalu lintas toko *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* sudah mampu membantu para konsumen untuk memperhatikan, mencari produk yang akan dibeli.

#### 4. Variabel *Interior Display* ( $X_4$ )

Variabel *Interior Display* ( $X_4$ ) terdapat empat indikator dan delapan *item* pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Distribusi frekuensi variabel *Interior Display* dapat dilihat pada Tabel 4.11.

**Tabel 4.11**  
**Distribusi Frekuensi Variabel *Interior Display***

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean Item	Mean Indikator
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
X <sub>4.1</sub>	X <sub>4.1.1</sub>	0	0,0	6	5,2	14	12,1	78	67,2	18	15,5	3,9	3,9
	X <sub>4.1.2</sub>	1	0,9	8	6,9	19	16,4	64	55,2	24	20,7	3,9	
X <sub>4.2</sub>	X <sub>4.2.1</sub>	5	4,3	10	8,6	14	12,1	59	50,9	28	24,1	3,8	3,8
	X <sub>4.2.2</sub>	5	4,3	12	10,3	15	12,9	49	42,2	35	30,2	3,8	
X <sub>4.3</sub>	X <sub>4.3.1</sub>	4	3,4	10	8,6	18	15,5	65	56,0	19	16,4	3,7	3,7
	X <sub>4.3.2</sub>	3	2,6	15	12,9	32	27,6	37	31,9	29	25,0	3,6	
X <sub>4.4</sub>	X <sub>4.4.1</sub>	3	2,6	10	8,6	22	19,0	61	52,6	20	17,2	3,7	3,7
	X <sub>4.4.2</sub>	1	0,9	12	10,3	24	20,7	56	48,3	23	19,8	3,6	
<i>Grand Mean</i>													3,8

Sumber : Data primer diolah, 2014

Keterangan :

X <sub>4.1</sub>	= <i>Assortment display</i>	STS	= Sangat tidak setuju
X <sub>4.1.1</sub>	= Ruang barang dagangan	TS	= Tidak setuju
X <sub>4.1.2</sub>	= Ruang konsumen	N	= Netral
X <sub>4.2</sub>	= <i>Them-setting Display</i>	S	= Setuju
X <sub>4.2.1</sub>	= Pemasangan display sesuai tren	SS	= Sangat setuju
X <sub>4.2.2</sub>	= Kesesuaian display toko dengan tren		
X <sub>4.3</sub>	= <i>Racks Display</i>		
X <sub>4.3.1</sub>	= kerapian penataan barang pada rak		
X <sub>4.3.2</sub>	= penataan produk dalam rak		
X <sub>4.4</sub>	= <i>Posters</i>		
X <sub>4.4.1</sub>	= Tanda Petunjuk lokasi produk jelas		
X <sub>4.4.2</sub>	= Papan promosi terlihat jelas		

##### a. Indikator *Assortment Display* ( $X_{4.1}$ )

Hasil perhitungan pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa pada *item* Ruang barang dagangan ( $X_{4.1.1}$ ) sebanyak 6 orang responden (5,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) ragu-ragu, sebanyak 78 orang responden (67,2%) orang responden menyatakan setuju,

sebanyak 18 orang responden (15,5%) menyatakan sangat setuju. *Item* Ruangan barang dagangan ( $X_{4.1.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,9. Pada *item* Ruangan konsumen ( $X_{4.1.2}$ ) sebanyak 1 orang responden (0,9%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 8 orang responden (6,9%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 orang responden (16,4%) ragu-ragu, sebanyak 64 orang responden (55,2%) menyatakan setuju, sebanyak 24 orang responden (20,7%) menyatakan sangat setuju. *Item* Ruangan konsumen ( $X_{4.1.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,9. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* sudah menyediakan berbagai macam produk yang dijual sehingga konsumen dapat kembali lagi dengan membeli produk yang berbeda. Keseluruhan item pada indikator *Assortment Display* toko memperoleh nilai rata-rata 3,9, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

**b. Indikator *Them-Setting Display* ( $X_{4.2}$ )**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa pada *item* pemasangan display sesuai dengan tren ( $X_{4.2.1}$ ) sebanyak 5 orang responden (4,3%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 orang responden (8,6%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) ragu-ragu, sebanyak 59 orang responden (50,9%) menyatakan setuju, sebanyak 28 orang responden (24,1%) menyatakan sangat setuju. *Item* pemasangan display sesuai dengan tren ( $X_{4.2.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,8. Pada *item* kesesuaian *display* toko dengan tren ( $X_{4.2.2}$ ) sebanyak 12 orang responden (10,3%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) ragu-ragu,

sebanyak 49 orang responden (42,2%) menyatakan setuju, sebanyak 35 orang responden (30,2%) menyatakan sangat setuju. *Item* kesesuaian *display* toko dengan tren ( $X_{4.2.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,8. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* merancang *display* sesuai musim (*tren*) atau hari besar. Keseluruhan item pada indikator *Theme Setting Display* memperoleh nilai rata-rata 3,8, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian

**c. Indikator *Rack Display* ( $X_{4.3}$ )**

Hasil perhitungan pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa pada *item* kerapian penataan barang pada rak ( $X_{4.3.1}$ ) sebanyak 4 orang responden (3,4%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 orang responden (8,6%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 18 orang responden (15,5%) ragu-ragu, sebanyak 65 orang responden (56,0%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 19 orang responden (16,4%) menyatakan sangat setuju. *Item* kerapian penataan barang pada rak ( $X_{4.3.1}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,7. Pada *item* penataan produk dalam rak yang unik ( $X_{4.3.2}$ ) sebanyak 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 32 orang responden (27,6%) ragu-ragu, sebanyak 37 orang responden (31,9%) menyatakan setuju, sebanyak 29 orang responden (25,0%) menyatakan sangat setuju. *Item* penataan produk dalam rak yang unik ( $X_{4.3.2}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Hal tersebut menunjukkan penataan rak yang dilakukan oleh *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang* membuat para konsumen untuk tertarik dan memutuskan untuk membeli produk yang dijual. Keseluruhan item pada

indikator *Rack Display* memperoleh nilai rata-rata 3,7, yang berarti bahwa responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian

#### d. Indikator *Posters* (X<sub>4.4</sub>)

Hasil perhitungan pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa pada *item* tanda petunjuk lokasi produk jelas (X<sub>4.4.1</sub>) sebanyak 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 15 orang responden (12,9%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 32 orang responden (27,6%) ragu-ragu, sebanyak 61 orang responden (52,6%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 20 orang responden (17,2%) menyatakan sangat setuju. *Item* tanda petunjuk lokasi barang jelas (X<sub>4.4.1</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,7. Pada *item* papan promosi terlihat jelas (X<sub>4.4.2</sub>) sebanyak 1 orang responden (0,9%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 12 orang responden (10,3%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 24 orang responden (20,7%) ragu-ragu, sebanyak 56 orang responden (48,3%) menyatakan setuju, sebanyak 23 orang responden (19,8%) menyatakan sangat setuju. *Item* papan promosi terlihat jelas (X<sub>4.4.2</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Hal tersebut menunjukkan *Planet Surf* Mall Olympic Garden Malang memberikan informasi tentang lokasi barang di dalam toko, sehingga memudahkan parakonsumen untuk mencari produk yang diinginkan. Keseluruhan item pada indikator *Posters* memperoleh nilai rata-rata 3,7, yang berarti bahwa responden setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Pada variabel *Interior Display* diperoleh *Grand Mean* sebesar 3,8. Angka tersebut berarti bahwa secara keseluruhan responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Hal tersebut juga

berarti bahwa alokasi ruang, pengelompokan produk dan lalu lintas toko *Planet Surf* sudah mampu menyediakan informasi untuk para konsumen, membuat lebih indah dalam penataan barang penunjang dan produk dengan baik, sehingga bisa dikatakan sudah mampu membuat para konsumen terlayani dengan baik.

### 5. Variabel Keputusan Pembelian ( $Y_1$ )

Variabel keputusan pembelian ( $Y_1$ ) terdapat enam *item* pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Distribusi frekuensi variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada Tabel 4.10.

**Tabel 4.12**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian**

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean Item	Mean Indikator
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
$Y_{1.1}$	Y <sub>1.1.1</sub>	4	3,4	7	6,0	13	11,2	58	50,0	34	29,3	,9	3,8
	Y <sub>1.1.2</sub>	3	2,6	22	19,0	17	14,7	49	42,2	25	21,6	3,6	
	Y <sub>1.1.3</sub>	0	0,0	11	9,5	16	13,8	53	45,7	36	31,0	4	
	Y <sub>1.1.4</sub>	4	3,4	13	11,2	13	11,2	57	49,1	29	25,0	3,8	
	Y <sub>1.1.5</sub>	2	1,7	14	12,1	17	14,7	46	39,7	37	31,9	3,9	
	Y <sub>1.1.6</sub>	2	1,7	18	15,5	18	15,5	55	47,4	23	19,8	3,7	
<i>Grand Mean</i>												3,8	

Sumber : Data primer diolah, 2014

Keterangan :

$Y_1$	= Keputusan pembelian	STS	= Sangat tidak setuju
Y <sub>1.1.1</sub>	= Kelengkapan barang dalam toko	TS	= Tidak setuju
Y <sub>1.1.2</sub>	= Sumber informasi	N	= Netral
Y <sub>1.1.3</sub>	= Adanya potongan harga	S	= Setuju
Y <sub>1.1.4</sub>	= Keinginan untuk berbelanja lebih banyak	SS	= Sangat setuju
Y <sub>1.1.5</sub>	= Lama waktu berada di dalam toko		
Y <sub>1.1.6</sub>	= Jumlah barang yang dibeli		

### a. Indikator Proses Keputusan Pembelian (Y<sub>1</sub>)

Hasil perhitungan pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa pada *item* Kelengkapan barang dalam toko (Y<sub>1.1.1</sub>) sebanyak 4 orang responden (3,4%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 7 orang responden (6,0%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%) ragu-ragu, sebanyak 58 orang responden (50,0%) orang responden menyatakan setuju, sebanyak 34 orang responden (29,3%) menyatakan sangat setuju. *Item* Kelengkapan barang dalam toko (Y<sub>1.1.1</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,9. Pada *item* sumber informasi (Y<sub>1.1.2</sub>) sebanyak 3 orang responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 22 orang responden (19,0%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 17 orang responden (14,7%) ragu-ragu, sebanyak 49 orang responden (42,2%) menyatakan setuju, sebanyak 25 orang responden (21,6%) menyatakan sangat setuju. *Item* sumber informasi (Y<sub>1.1.2</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6. Pada *item* adanya potongan harga (Y<sub>1.1.3</sub>) sebanyak 11 orang responden (9,5%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 16 orang responden (13,8%) ragu-ragu, sebanyak 53 orang responden (45,7%) menyatakan setuju, sebanyak 36 orang responden (31,0%) menyatakan sangat setuju. *Item* adanya potongan harga (Y<sub>1.1.3</sub>) memiliki nilai rata-rata sebesar 4.

Pada *item* Keinginan untuk berbelanja lebih banyak (Y<sub>1.1.4</sub>) sebanyak 4 orang responden (3,4%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 13 orang responden (11,2%) ragu-ragu, sebanyak 57 orang responden (49,1%) menyatakan setuju, sebanyak 29 orang responden (25,0%) menyatakan sangat setuju. *Item* keinginan

untuk berbelanja lebih banyak ( $Y_{1.1.4}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,8. Pada *item* lama waktu berada di dalam toko ( $Y_{1.1.5}$ ) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 14 orang responden (12,1%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 17 orang responden (14,7%) ragu-ragu, sebanyak 46 orang responden (39,7%) menyatakan setuju, sebanyak 37 orang responden (31,9%) menyatakan sangat setuju. *Item* lama waktu berada di dalam toko ( $Y_{1.1.5}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,9. Pada *item* jumlah barang yang dibeli ( $Y_{1.1.6}$ ) sebanyak 2 orang responden (1,7%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 18 orang responden (15,5%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 18 orang responden (15,5%) ragu-ragu, sebanyak 55 orang responden (47,4%) menyatakan setuju, sebanyak 23 orang responden (19,8%) menyatakan sangat setuju. *Item* Jumlah barang yang dibeli ( $Y_{1.1.6}$ ) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,7.

Variabel keputusan pembelian memperoleh nilai *Grand Mean* sebesar 3,8. Angka tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden positif dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Hal ini berarti konsumen setuju jika keputusan pembelian yang dilakukan dipengaruhi oleh suasana toko yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* yang terdapat di *Planet Surf Mall Olympic Garden Malang*. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa para konsumen merasa nyaman berbelanja dengan suasana toko yang unik dan menarik.

#### D. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu *Exterior* ( $X_1$ ), *General Interior* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) terhadap variabel terikat yaitu Proses Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ). Pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPSS for windows Release 16.0*. Hasil perhitungan persamaan regresi dapat dilihat pada Tabel 4.13.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel terikat	Variabel bebas	<i>Unstandardized Coefficient B</i>	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta		3,064	1,379	0,165	-
Keputusan pembelian	<i>Eterior</i>	0,127	2,046	0,043	Signifikan
	<i>General Interior</i>	0,098	2,900	0,004	Signifikan
	<i>Store Layout</i>	0,199	2,006	0,047	Signifikan
	<i>Interior Display</i>	0,143	2,049	0,043	Signifikan
R		= 0,675			
R square		= 0,456			
Adjusted R square		= 0,436			
Fhitung		= 23,215			
Sig F		= 0,000			
<i>Alpha</i> ( $\alpha$ )		= 0,05			
n		= 116			

Sumber : Data primer diolah, 2014

Berdasarkan analisis regresi linier berganda maka dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,064 + 0,127 X_1 + 0,098 X_2 + 0,199 X_3 + 0,143 X_4 + e$$

Dari hasil regresi linier berganda yang ditunjukkan pada tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa variabel *Exterior* ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,127 terhadap variabel Proses Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ), variabel *General Interior* ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,098 terhadap variabel Proses Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ), variabel *Store Layout* ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,199 terhadap variabel Proses Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ) dan variabel *Interior Display* ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,143 terhadap variabel Proses Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ).

**1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F) / Pengaruh Store Atmosphere (X) yang Terdiri dari *Exterior* ( $X_1$ ), *Interior Display* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ), *Interior Display* ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Bersama-sama**

Pengujian pengaruh Store Atmosphere (X) yang terdiri dari variabel Kualitas *Exterior* ( $X_1$ ), *Interior Display* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ) secara bersama-sama dapat dilihat pada Tabel 4.13. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Hipotesis penelitian yang diuji adalah sebagai berikut:

$H_1$  : Variabel Kualitas *Exterior* ( $X_1$ ), *Interior Display* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4.13 menjelaskan hasil pengujian analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh Store Atmosphere (X) yang terdiri dari variabel *Exterior*

( $X_1$ ), *Interior Display* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ) secara bersama-sama. Pengujian pengaruh secara bersama-sama dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F. Jika nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka secara bersama-sama variabel *Exterior* ( $X_1$ ), *General Interior* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Berdasarkan hasil pengujian bersama-sama yang dapat dilihat pada Tabel 4.13. hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa besar signifikan F sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak. Hasil uji ini berarti diperoleh adanya pengaruh yang signifikan dari Store Atmosphere yang terdiri dari *Exterior* ( $X_1$ ), *Interior Display* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ) secara bersama-sama.

## **2. Uji Hipotesis Parsial (Uji t) / Pengaruh Store Atmosphere (X) yang Terdiri dari Exterior ( $X_1$ ), Interior Display ( $X_2$ ), Store Layout ( $X_3$ ), Interior Display ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Parsial**

Pengujian pengaruh Store Atmosphere (X) yang terdiri dari variabel Kualitas *Exterior* ( $X_1$ ), *Interior Display* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y_1$ ) secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13. Hipotesis penelitian yang diuji adalah sebagai berikut:

$H_2$  : Variabel Kualitas *Exterior* ( $X_1$ ), *Interior Display* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Uji regresi parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y) dengan menggunakan uji t dan hasil koefisien regresi (b). Untuk mengetahui variabel dominan dapat diketahui berdasarkan hasil regresi linier melalui koefisien regresi (b) yang memiliki nilai terbesar dan nilai signifikan terkecil. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t. Jika nilai signifikansi  $t < \alpha$  0,05 maka hipotesis yang menyatakan bahwa variabel bebas (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel (Y). Dalam penelitian ini dilakukan uji regresi parsial dengan uji t sebagai berikut:

a. Variabel *Exterior* ( $X_1$ )

Berdasarkan hasil pengujian bersama-sama yang dapat dilihat pada Tabel 4.13. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa besar signifikan t sebesar  $0,043 < \alpha$  0,05, maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak. Dengan demikian pengaruh variabel *Exterior* ( $X_1$ ) dengan keputusan Pembelian (Y) adalah signifikan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *Exterior* ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).

b. Variabel *General Interior* ( $X_2$ )

Berdasarkan hasil pengujian bersama-sama yang dapat dilihat pada Tabel 4.13. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa besar signifikan t sebesar  $0,004 < \alpha$  0,05, maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak. Dengan demikian berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *General Interior* ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).

c. Variabel *Store Layout* ( $X_3$ )

Berdasarkan hasil pengujian bersama-sama yang dapat dilihat pada Tabel 4.13. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa besar signifikan  $t$  sebesar  $0,047 < \alpha 0,05$ , maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak. Dengan demikian maka pengaruh variabel *Store Layout* ( $X_3$ ) dengan keputusan Pembelian ( $Y$ ) adalah signifikan. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *Store Layout* ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian ( $Y$ ).

d. Variabel *Interior Display* ( $X_4$ )

Berdasarkan hasil pengujian bersama-sama yang dapat dilihat pada Tabel 4.13. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa besar signifikan  $t$  sebesar  $0,043 < \alpha 0,05$ , maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak. Dengan demikian berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *Interior Display* ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian ( $Y$ ).

### 3. Variabel yang Dominan

Dalam menentukan variabel bebas yang dominan dalam mempengaruhi nilai dependen variabel dalam suatu model regresi linier, maka peneliti menggunakan nilai  $t_{hitung}$ . Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui juga bahwa yang dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian ( $Y$ ) adalah variabel *General Interior* ( $X_2$ ) yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung}$  terbesar yaitu sebesar 2,900.

## E. Pembahasan

Perkembangan pusat perbelanjaan beberapa tahun terakhir sangat pesat terutama di kota-kota besar. Perkembangan pusat perbelanjaan menjadi magnet

bagi para pengusaha *Distro* untuk memperluas jaringan usaha mereka. Salah satu *Distro* yang membuka *outlet* dipusat perbelanjaan adalah *Planet Surf*. *Planet Surf* merupakan toko pakaian yang menjual berbagai macam kebutuhan sandang dan aksesoris. Saat ini *Planet Surf* memiliki 39 *outlet* jumlah yang tersebar di seluruh Indonesia, dan salah satunya adalah *Planet Surf* di Mall Olympic Garden (MOG) Kota Malang di mana penelitian ini dilakukan. Banyaknya pengunjung di Mall Olympic Garden (MOG) merupakan pasar potensial bagi *Planet Surf*. Melihat banyaknya pengunjung dan fenomena pembelian konsumen yang mana pada pusat perbelanjaan seperti Mall konsumen sering melakukan pembelian yang tidak mereka rencanakan sebelumnya. Salah satu strategi yang lazim digunakan untuk menarik para konsumen adalah dengan merancang khusus (design) ruangan demi terciptanya *Store Atmosphere* yang membuat nyaman para konsumen. Namun apakah strategi ini efektif untuk menarik konsumen untuk tertarik melakukan pembelian menjadi dasar dan alasan mengapa penelitian ini dilakukan.

Fokus dalam pembahasan penelitian ini adalah menjawab apa yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini yaitu apakah *Store Atmosphere* mampu untuk membuat pengunjung Mall Olympic Garden (MOG) melakukan keputusan pembelian pada *Planet Surf*. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel *Store Atmosphere* (X) yang terdiri dari *Exterior* ( $X_1$ ), *General Interior* ( $X_2$ ), *Store Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) baik secara bersama-sama maupun secara parsial mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *Store Atmosphere* (X) yang terdiri dari *Exterior* ( $X_1$ ), *General Interior* ( $X_2$ ), *Store*

*Layout* ( $X_3$ ) dan *Interior Display* ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan baik secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Berikut dijelaskan implikasi hasil penelitian masing-masing variabel, yaitu :

**1. Pengaruh variabel *Exterior* ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada konsumen *Planet Surf* di Mall Olympic Garden (MOG).**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa variabel *Exterior* ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,127 dengan nilai signifikan sebesar  $0,043 < \alpha < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dessyana (2013) yang menunjukkan bahwa variabel *Exterior* ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Berarti semakin bagus, menarik dan memiliki karakteristik khusus penataan *Exterior* yang dilakukan oleh *Planet Surf*, maka akan semakin banyak pengunjung Mall Olympic Garden (MOG) yang akan berkunjung dan menjadi konsumen di gerai *Planet Surf*.

Variabel *Exterior* pada penelitian ini diukur menggunakan lima indikator yaitu bagian depan toko, papan nama toko, pintu masuk toko, luas bangunan dan keunikan toko, meskipun pada hasil penelitian diketahui bahwa variabel *exterior* memiliki pengaruh paling kecil di antara variabel lain. Hal ini terjadi mungkin karena tidak ada kombinasi antara barang yang dijual dengan penataan *exterior*, namun sudah mampu mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Berman dan Evan (1992:463) bahwa “karakteristik *exterior* mempunyai pengaruh yang kuat pada

toko tersebut, sehingga harus direncanakan sebaik mungkin. Kombinasi dari *eksterior* ini dapat membuat bagian luar toko menjadi terlihat unik, menarik, menonjol dan mengundang orang responden untuk masuk ke dalam toko”.

## 2. Pengaruh variabel *General Interior* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen *Planet Surf* di Mall Olympic Garden (MOG).

Saat konsumen berada dalam sebuah toko, maka banyak elemen-elemen yang mempengaruhi persepsi mereka. Variabel *general interior* yang terdiri dari keadaan lantai dalam toko, pencahayaan, kondisi peralatan penunjang, suhu udara dalam toko, pengaturan jarak antara rak dan barang, suasana ruangan di dalam toko, kondisi barang dagangan, penetapan harga setiap produk dan kebersihan toko merupakan elemen-elemen yang dikaji pada penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa variabel *General Interior* ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,098 dan nilai signifikan sebesar  $0,004 < \alpha < 0,05$ .

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dessyana (2013) yang menunjukkan bahwa variabel *General Interior* ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Berarti penataan atau perancangan *display* di *Planet Surf* sudah baik dan mampu menarik para pengunjung untuk membeli produk yang di jual. Hal ini terbukti dengan menunjukkan hasil bahwa variabel *general Interior* menjadi variabel yang dominan di antara variabel yang lain yang di teliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini juga di dukung oleh Berman dan Evan (1992:463) yang menyatakan bahwa “elemen penataan *general interior* penting

karena posisi inilah biasanya pengambilan keputusan untuk membeli diambil sehingga akan mempengaruhi jumlah penjualan. Penataan dan perancangan *display* yang baik dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian”.

### **3. Pengaruh variabel *Store Layout* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen *Planet Surf* di Mall Olympic Garden (MOG).**

*Store layout* adalah salah satu elemen penting yang ada dalam faktor suasana toko, karena dengan melakukan *store layout* yang benar, seorang responden pengusaha ritel mendapatkan perilaku konsumen yang diharapkan. Pengelola toko harus mempunyai rencana dalam penentuan lokasi dan fasilitas toko. *Store layout* yang terdiri dari alokasi ruang di dalam toko, pengelompokan produk-produk yang dijual dan lalu lintas di dalam toko harus benar-benar diatur sedemikian rupa sehingga membuat para konsumen merasa nyaman dan mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dijual. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa variabel *Store Layout* ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,199 dengan nilai signifikan sebesar  $0,047 < \alpha 0,05$ .

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dessyana (2013) yang menunjukkan bahwa variabel *Store Layout* ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini berarti pengelola *Planet surf* sudah mampu memanfaatkan ruangan toko dengan efektif dan penataan fasilitas yang dimiliki dengan baik.

Penataan toko yang baik akan mampu mengundang konsumen untuk betah berkeliling lebih lama dan membelanjakan uangnya lebih banyak. Oleh karena itu pengusaha ritel harus dapat melakukan penataan toko dengan baik dan benar, supaya tujuan konsumen tercapai.

#### **4. Pengaruh variabel *Interior Display* (X<sub>4</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen *Planet Surf* di Mall Olympic Garden (MOG).**

Poster, papan petunjuk dan ragam *interior display* lainnya dapat mempengaruhi *atmosphere* toko, karena memberikan petunjuk bagi konsumen. Selain memberikan petunjuk bagi konsumen, *interior display* juga dapat juga dapat merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. *Interior display* yang terdiri dari *assortment display*, *theme-setting display*, *rack and cases display* dan *posters* yang dijalankan oleh Planet Surf sudah mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa variabel *Interior Display* (X<sub>4</sub>) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,143 dengan nilai signifikan sebesar  $0,043 < \alpha < 0,05$ .

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dessyana (2013) yang menunjukkan bahwa variabel *Interior Display* (X<sub>4</sub>) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini berarti Planet Surf sudah mampu menyajikan informasi dengan jelas kepada para konsumen, sehingga para konsumen terpengaruh dengan informasi yang diberikan dalam memutuskan untuk membeli produk Planet Surf. Hasil pada penelitian ini juga di dukung teori yang dikemukakan oleh Berman dan

Evan (1992:463) yang menyatakan bahwa “Setiap jenis *point of purchase display* menyediakan pelanggan informasi, menambah suasana toko dan melayani promosi.

Tujuan utamanya adalah meningkatkan penjualan dan laba toko tersebut”.

