

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Obyek Penelitian**

Kafe Siblings lokasi di jl Purwosari Raya no 63 Pasar burung Kartini. Berdiri sejak bulan Juni tahun 2019. Siblings Kafe memiliki 11 orang karyawan yang terdiri dari lima orang pegawai dapur, lima orang pegawai minuman, dan satu orang supervisi. Produk yang ditawarkan berupa makanan dan minuman. Memiliki tempat ruangan berpendingin dan ruangan luar untuk merokok.

#### **4.2 Analisis Data**

##### **4.2.1 Deskripsi Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah para pengunjung kafe Siblings yang terpilih menjadi sampel dalam penelitian sebanyak 50 responden. Deskripsi mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan jumlah kunjungan.

##### **1. Usia**

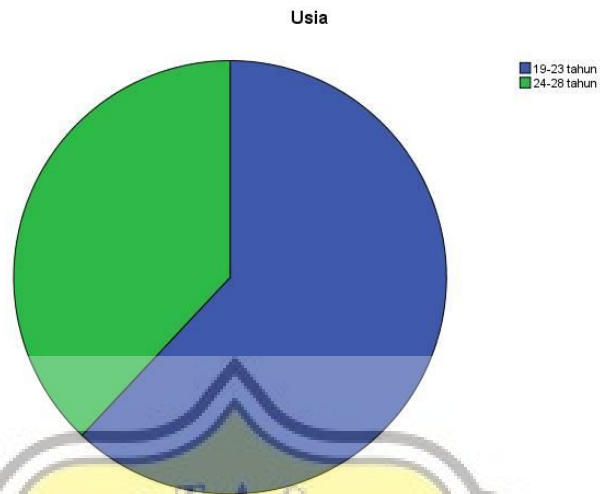
Berdasarkan hasil karakteristik usia responden, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengunjung yang paling banyak adalah usia 19-23 tahun, lebih detailnya bisa dilihat pada Tabel dibawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Usia**

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-23 tahun	31	62.0	62.0	62.0
	24-28 tahun	19	38.0	38.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa dari 50 responden mendapatkan hasil 31 (62%) responden yang berusia antara 19-23 tahun dan 19 (38%) responden yang berusia 24 – 28 tahun, Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengunjung kafe Siblings lebih banyak berusia antara 19-23 tahun. Usia antara 19-23 tahun merupakan usia yang tergolong usia muda, di mana setiap orang pada usia tersebut sangat menyukai untuk berkumpul dengan teman sering disebut nongkrong. Kafe Siblings merupakan pilihan bagi anak muda untuk berkumpul dengan teman dan sesuai dengan kepribadian pada usia tersebut. Hasil tersebut bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 4.1 Usia**

## 2. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil karakteristik jenis kelamin responden, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengunjung yang paling banyak adalah laki-laki, lebih detailnya bisa dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.2  
Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	33	66.0	66.0	66.0
	Perempuan	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Data primer yang diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa dari 50 responden mendapatkan hasil 33 (66%) responden yang berjenis kelamin laki-laki dan 17 (34%) responden yang berjenis kelamin perempuan, Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengunjung kafe Siblings lebih banyak berjenis kelamin laki-laki. Laki-laki lebih suka untuk berkumpul bersama teman dengan diselingi minum kopi hanya sekedar untuk mengobrol. Kafe Siblings merupakan paara responden yang berjenis kelamin laki-laki. Hasil tersebut bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 4.2 Jenis kelamin**

### 3. Pekerjaan

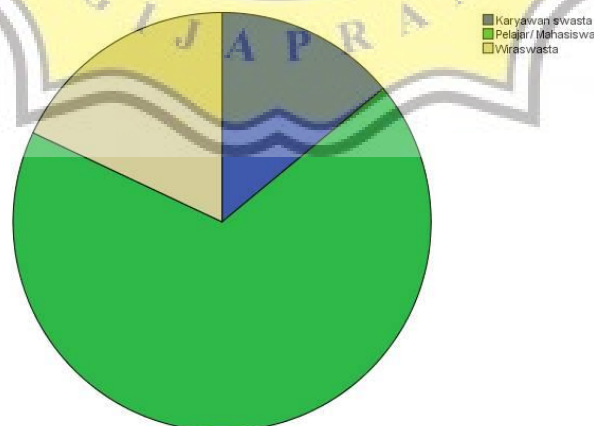
Berdasarkan hasil karakteristik pekerjaan responden, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengunjung yang paling banyak adalah pelajar/mahasiswa, lebih detailnya bisa dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.3  
Pekerjan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan swasta	7	14.0	14.0	14.0
	Pelajar/ Mahasiswa	34	68.0	68.0	82.0
	Wiraswasta	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa dari 50 responden mendapatkan hasil 34 (68%) responden seorang pelajar/mahasiswa, 9(18%) responden seorang wiraswasta dan 7 (14%) responden yang pekerjaannya sebagai karyawan swasta. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengunjung kafe Siblings lebih banyak responden seorang pelajar/mahasiswa. Responden pelajar atau mahasiswa secara psikologis masih suka berkumpul dengan teman. Hasil tersebut bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 4.3 Pekerjaan**

#### 4. Jumlah Kunjungan

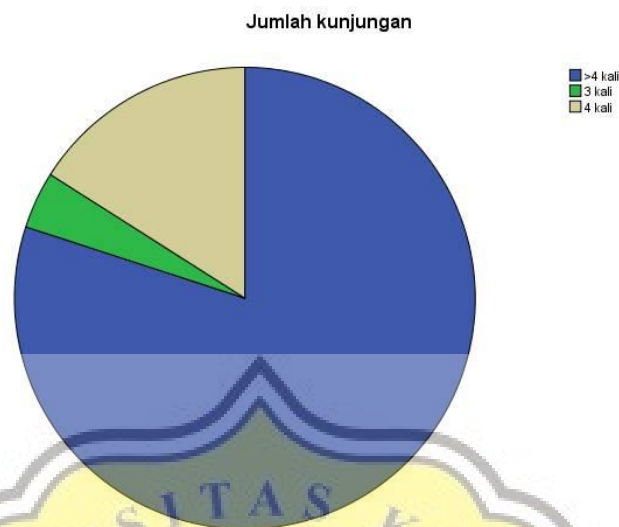
Berdasarkan hasil karakteristik pekerjaan responden, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengunjung kedatangannya dikafe siblings lebih banyak >4 kali, lebih detailnya bisa dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.4  
Jumlah Kunjungan

		Jumlah kunjungan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>4 kali	40	80.0	80.0	80.0
	3 kali	2	4.0	4.0	84.0
	4 kali	8	16.0	16.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

#### Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat diketahui bahwa dari 50 responden mendapatkan hasil 40 (80%) responden yang datang >4 kali, 8(16%) responden yang datang 2 (4%) responden yang pekerjaannya sebagai karyawan swasta. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengunjung kafe Siblings yang datang rata-rata >4 kali..Hasil tersebut bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 4.4 Jumlah kunjungan**

#### 4.2.2 Uji Instrumen

Uji instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Sebelum kuesioner digunakan, harus di uji terlebih dahulu kualitasnya. Untuk menguji kualitas instrumen digunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut ini adalah hasil uji validitas dan realibitas dari hasil uji instrumen yang dilakukan:

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur tingkat validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai  $r$  tabel untuk degree of freedom ( $df = n - 2$  ( $n$  adalah jumlah sampel)). Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila

$r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid,  $r$  hitung diperoleh dari hasil output SPSS. Hasil uji validitas pada penelitian ini bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5  
Uji Validitas variabel General Interior (X1)

No	Item Kuesioner	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
1.	X1.1	0.723	0.279	Valid
2.	X1.2	0.620	0.279	Valid
3.	X1.3	0.764	0.279	Valid
4.	X1.4	0.613	0.279	Valid
5.	X1.5	0.541	0.279	Valid
6.	X1.6	0.650	0.279	Valid
7.	X1.7	0.675	0.279	Valid
8.	X1.8	0.663	0.279	Valid
9.	X1.9	0.465	0.279	Valid
10.	X1.10	0.563	0.279	Valid
11.	X1.11	0.479	0.279	Valid
12.	X1.12	0.599	0.279	Valid

**Data primer yang diolah, 2020**

Berdasarkan pada tabel 4.5, hasil uji validitas tanggapan responden rata-rata  $>$  nilai  $r$  tabel sebesar 0.279 artinya bahwa kuesioner variabel *General Interior* dinyatakan valid.



Tabel 4.6  
Uji Validitas variabel Interior Display (X2)

No	Item Kuesioner	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
1.	X2.1	0.860	0.279	Valid
2.	X2.2	0.927	0.279	Valid
3.	X2.3	0.860	0.279	Valid
4.	X2.4	0.936	0.279	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.6, hasil uji validitas tanggapan responden rata-rata > nilai r tabel sebesar 0.279 artinya bahwa kuesioner variabel *Interior Display* (X2) dinyatakan valid.

Tabel 4.7  
Uji Validitas variabel Exterior (X3)

No	Item Kuesioner	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
1.	X3.1	0.406	0.279	Valid
2.	X3.2	0.609	0.279	Valid
3.	X3.3	0.664	0.279	Valid
4.	X3.4	0.793	0.279	Valid
5.	X3.5	0.791	0.279	Valid
6.	X3.6	0.829	0.279	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.7, hasil uji validitas tanggapan responden rata-rata > nilai r tabel sebesar 0.279 artinya bahwa kuesioner variabel Exterior (X3) dinyatakan valid.

Tabel 4.8  
Uji Validitas variabel Store Layout(X4)

No	Item Kuesioner	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
1.	X4.1	0.979	0.279	Valid
2.	X4.2	0.960	0.279	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.8, hasil uji validitas tanggapan responden rata-rata > nilai r tabel sebesar 0.279 artinya bahwa kuesioner variabel Store Layout (X4) dinyatakan valid.

Tabel 4.9  
Uji Validitas variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Item Kuesioner	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
1.	Y1.1	0.883	0.279	Valid
2.	Y1.2	0.837	0.279	Valid
3.	Y1.3	0.863	0.279	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.9, hasil uji validitas tanggapan responden rata-rata > nilai r tabel sebesar 0.279 artinya bahwa kuesioner variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS v16 uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.70$ . Hasil Uji reliabilitas dalam penelitian ini, bisa dilihat tabel dibawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Uji Reliabilitas**

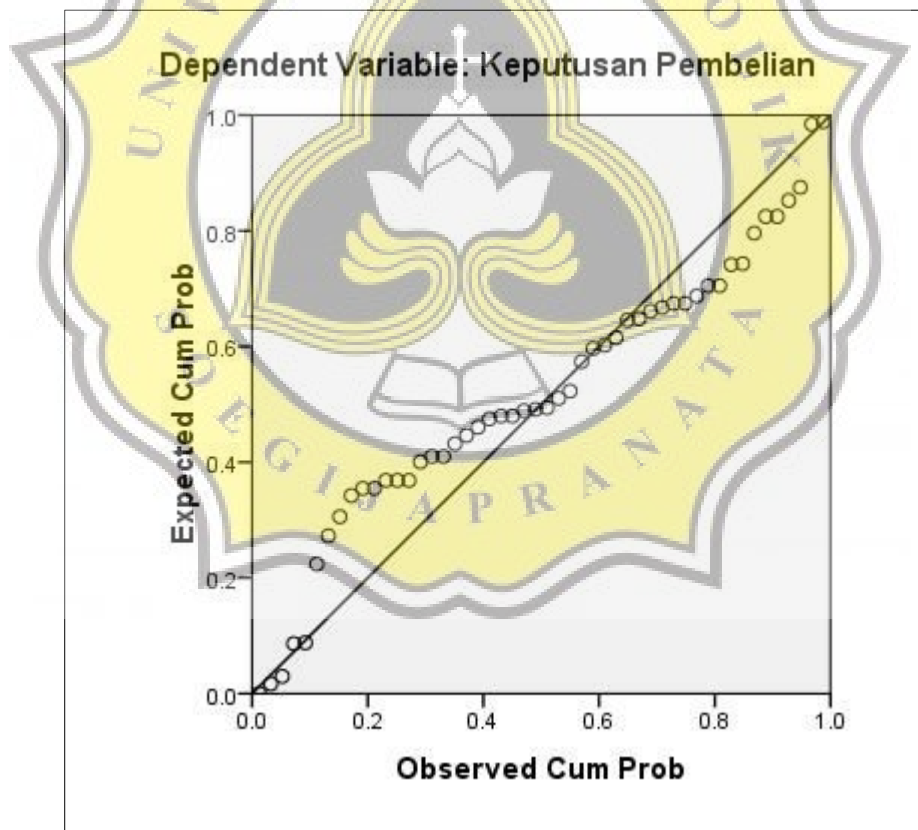
No	Item Kuesioner	Nilai Cronbach Alpha	Standart Nilai Cronbach Alpha	Ket
1.	X1	0.849	0.70	Reliabel
2.	X2	0.917	0.70	Reliabel
3.	X3	0.762	0.70	Reliabel
4.	X4	0.914	0.70	Reliabel
5.	Y	0.825	0.70	Reliabel

Berdasarkan pada tabel 4.10. nilai hasil kuesioner variabel *General Interior* (X1) dengan nilai 0.849  $> 0.70$  artinya reliabel, *Interior Display* (X2) dengan nilai 0.917  $> 0.70$  artinya reliabel, variabel *Exterior* (X3) dengan nilai 0.762  $> 0.70$  artinya reliabel, *Store Layout* (X4) dengan nilai 0.914 artiny reliabel, dan Keputusan Pembelian (Y) 0.825 dengan nilai

0.825 > 0.825 artinya reliabel. Maka dari uraian tersebut bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

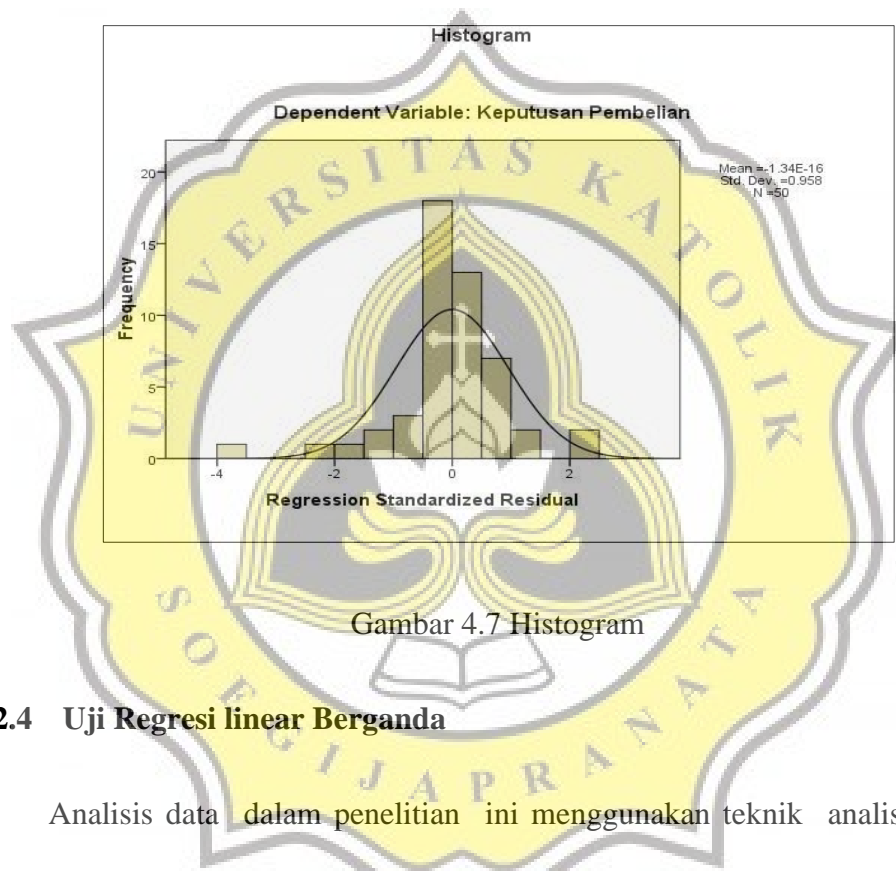
### 4.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas mengukur variabel bahwa sebelum variabel di uji regresi melalui uji normalitas, apabila variabel tersebut memenuhi syarat uji normalitas. pola penyebaran P Plot dan grafik histogram, yakni jika pola penyebaran memiliki garis normal maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Hasil penelitian ini bisa dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.6 Uji Normalitas

Berdasarkan pada gambar 4.6 menunjukkan bahwa titik-titik residual model regresi sudah berdistribusi normal karena titik-titik tampak menyebar di sekitar garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa syarat kenormalan sebagai pengujian statistik menggunakan regresi sudah dapat terpenuhi. Hal tersebut juga bisa dilihat pada gambar histogram dibawah ini:



Gambar 4.7 Histogram

#### 4.2.4 Uji Regresi linear Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa Regresi berganda, yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen yaitu *General Interior (X1)*, *Interior Display (X2)*, *Exterior (X3)*, *Store Layout (X4)* terhadap keputusan pembelian (Y). Berikut hasil regresi yang didapat berdasarkan hasil dari program SPSS v 16:

Tabel 4.11  
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.020	1.772		3.961	.000
	General Interior	.027	.039	.099	.691	.493
	Interior Display	-.176	.066	-.273	-2.670	.011
	Exterior	.265	.079	.549	3.337	.002
	Store Layout	.152	.150	.159	1.012	.317

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada tabel 4.11 hasil persamaan regresi yang dihasilkan adalah

$$Y = 7.020 + 0.027 X_1 - 0.176 X_2 + 0.265 X_3 + 0.152 X_4 + e$$

#### 4.2.5 Uji R

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hasil uji R pada penelitian ini antara lain:

Tabel 4.12  
Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 <sup>a</sup>	.562	.523	.741

a. Predictors: (Constant), Store Layout, Interior Display, General Interior, Exterior

Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil uji R penelitian ini sebesar 0.562 (56.2%) menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini mempeengaruhi sebesar 56.2% sisanya dipenaruhi oleh faktor lain.

#### 4.2.6 Uji Hipotesis

##### 1. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Hasil uji F pada penelitian ini bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13  
Uji F

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.764	4	7.941	14.458	.000 <sup>a</sup>
	Residual	24.716	45	.549		
	Total	56.480	49			

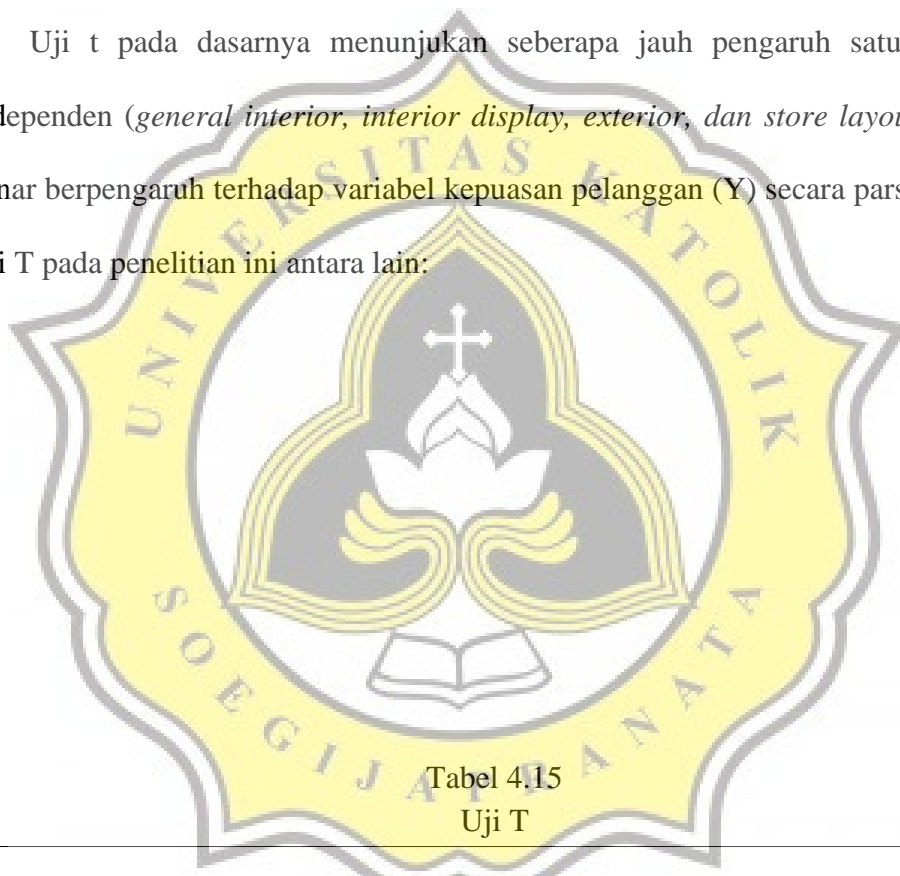
a. Predictors: (Constant), Store Layout, Interior Display, General Interior, Exterior  
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.13, menunjukkan bahwa nilai sig pada penelitian  $0.000 < 0.05$ , artinya bahwa variabel *General Interior (X1)*, *Interior Display (X2)*, *Exterior (X3)*, dan *Store Layout (X4)* diuji secara bersama sama mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (y).

## 2. Uji T

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (*general interior, interior display, exterior, dan store layout*) benar-benar berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) secara parsial. Hasil Uji T pada penelitian ini antara lain:



Tabel 4.15  
Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.020	1.772		3.961	.000
	General Interior	.027	.039	.099	.691	.493
	Interior Display	-.176	.066	-.273	-2.670	.011
	Exterior	.265	.079	.549	3.337	.002
	Store Layout	.152	.150	.159	1.012	.317

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Data primer yang diolah, 2020



Berdasarkan pada tabel 4.15, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *general interior* (X1) mempunyai nilai  $0.493 > 0.05$ , artinya bahwa variabel *general interior* (X1) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *interior display* (X2) mempunyai nilai  $0.011 < 0.05$  artinya bahwa variabel *interior display* (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *exterior* (X3) mempunyai nilai  $0.002 < 0.05$  artinya bahwa variabel *exterior* (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *store layout* (X4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 4.3 Pembahasan

Berdasarkan pada hasil penelitian maka pembahasan dalam penelitian ini antara lain:

#### 4.3.1 Pengaruh *general interior*, *Interior display*, *exterior* dan *store layout* terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Variabel *general interior*, *Interior display*, *exterior* dan *store layout* Store berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, melalui uji F, dimana nilai F hitung sebesar 14.458 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka semua variabel independent mempunyai berpengaruh secara signifikan keputusan pembelian di kafe siblings secara simultan.

Hasil penelitian ini mendukung teori Levy & Weitz (2007) menyatakan "*Store Atmosphere is the combination of the store's physical characteristic, such as architecture, layout, signs and display, colours,*

*lighting, temperature, sounds and smell, which together create an image in customer's minds". "Store Atmosphere refers to design of an environment through visual communication, light, color, music, and scent to stimulate customer, perceptual and emotional responses and ultimately to affect their purchase behavior".*

*Store Atmosphere* (suasana kafe) adalah kombinasi dari karakteristik fisik kafe seperti arsitektur, tata ruang, papan tanda dan pajangan, pewarnaan, pencahayaan, suhu udara, suara dan aroma, dimana semua itu bekerja bersama-sama untuk menciptakan citra perusahaan di dalam pikiran pelanggan. Atmosfer kafe juga berhubungan dengan kegiatan mendesain suatu lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan dan pada akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelian.

Penciptaan suasana kafe yang baik diharapkan menjadi strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Kafe *Siblings* harus dapat menciptakan suasana kafe yang nyaman karena diringi musik yang enak dengar, suasana sejuk, unik dan memiliki tampilan konsep serba putih. Penataan meja dan kursi yang diatur secara rapi dengan memberikan beberapa jenis kursi seperti kursi kayu, kursi dengan bantalan sofa, dan lesehan, Eksterior kafe *Siblings* juga cukup menarik dengan adanya Logo *Siblings* kafe di depan dan terdapat banyak tanaman hias dalam pot yang memberi kesan sejuk dan alami hal tersebut kafe *Siblings* berbeda dari kafe yang lainnya sehingga dapat menarik konsumen yang melihat kafe

dari luar atau mendapatkan informasi tersebut dari berbagai sumber untuk memutuskan mengunjungi dan melakukan pembelian pada kafe siblings khususnya.

#### **4.3.1 Pengaruh general interior, interior display, exterior dan store layout terhadap keputusan pembelian secara parsial.**

##### **1.1 Pengaruh general interior (X1) terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan uji regresi linear berganda yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,493 dan lebih besar dari 0,05 yang berarti general interior (X1) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji ini membuktikan bahwa general interior tidak menjadi salah satu faktor konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Adyarinanda (2017) yang menyatakan *general interior* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

##### **2.1 Pengaruh interior display (X2) terhadap keputusan pembelian**

Hasil perhitungan variabel *interior display* (X2) yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,011 dan lebih kecil dari 0,05. Maka disimpulkan bahwa variabel *interior display* (X2) membuktikan bahwa *Interior Display* (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa semakin baik *Interior Display* yang ada di kafe Siblings seperti penataan tempat duduk dan lampu kafe siblings yang menarik memberikan dilengkapi musik

yang enak di dengar, memiliki tampilan konsep serba putih. Penataan meja dan kursi yang diatur secara rapi dengan memberikan beberapa jenis kursi seperti kursi kayu, kursi dengan bantalan sofa, dan lesehan membuat dampak yang besar terhadap keputusan pembelian. *Interior display* dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk datang kembali berkunjung dan melakukan pembelian sehingga hal itu perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi oleh Kafe Siblings.

Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Berman dan Evan (2007), Interior (*Point-Of-Purchase*) Display terdiri dari *theme-setting* yaitu momen tertentu dalam mendesain dekorasi tertentu untuk menarik perhatian konsumen sesuai dengan musim atau hari besar yang berlaku. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Andhika Gariswasita (2015) dan Yessi Mariana Usti, Lili Karmela Fitriani (2018) menyatakan bahwa variabel *Interior Display* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **3.1 Pengaruh exterior terhadap keputusan pembelian**

Hasil penelitian variabel exterior melalui uji regresi linear berganda diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,002 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti *exterior* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa semakin baik exterior pada kafe siblings akan memberikan dampak yang besar terhadap Keputusan pembelian. Hasil Jawaban responden menggambarkan bahwa sebagian besar responden tertarik untuk mengunjungi dan melakukan

pembelian di kafe siblings karena exterior yang menarik dengan adanya Logo Siblings kafe di depan dan terdapat banyak tanaman hias dalam pot yang memberi kesan sejuk dan alami.

Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Berman dan Evan (2007) yang menyatakan bahwa karakteristik exterior seperti mempunyai pengaruh yang kuat pada kafe, sehingga harus direncanakan sebaik mungkin. Kombinasi dari exterior dapat membuat bagian luar kafe menjadi terlihat unik, menarik, menonjol dan mengundang orang untuk masuk ke dalam kafe.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gariswasita (2015) dan Yessi Mariana Usti, Lili Karmela Fitriani (2018) menyatakan bahwa variabel exterior mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **4.1 Pengaruh store layout terhadap keputusan pembelian**

Hasil penelitian variabel *store layout* (X4) melalui uji regresi linear berganda diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,317 dan lebih besar dari 0,05, maka disimpulkan bahwa *store layout* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa *store layout* yang ada di kafe siblings tidak memberikan dampak yang besar terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian Sulistiorini (2017) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Store layout tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

