

BAB IV

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab IV ini merupakan bagian paling akhir dari keseluruhan karya penulisan penelitian Pengaruh tanggapan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumahku Art Café di Magelang. Bab terakhir ini, pertama kali akan menyajikan kesimpulan atas hasil penelitian yang berupa uraian singkat hasil penelitian yang mengacu pada pertanyaan atau tujuan penelitian. Kemudian selajutnya akan dipaparkan kritik tentang kelemahan dan saran atas kelemahan selama proses penelitian.

A. Kesimpulan

Pada sebuah penelitian kesimpulan perlu dilakukan sebagai generalisasi atas hasil analisis penelitian berdasarkan data penelitian yang ada. Kesimpulan dapat pula dikatakan sebagai rangkuman –rangkuman atas temuan atau hasil penelitian yang telah dilakukan. Berikut ini adalah kesimpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini.

Store atmosphere yang memiliki beberapa elemen diantaranya : eksterior, interior dan tata letak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sebagai suatu integrasi elemen komunikasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian di mana *store atmosphere* akan dirasakan langsung oleh panca indra konsumen saat mulai ataupun akan memasuki sebuah kafe. Namun sebuah komunikasi terhadap calon konsumen tidak hanya akan di terima calon konsumen pada saat mereka akan memasuki sebuah kafe tetapi

juga ketika konsumen tidak sadar (tidak *aware*) tentang keberadaan kafe, sehingga dibutuhkan komunikasi lain yang mendukung *store atmosphere* untuk menarik kesadaran calon konsumen tentang keberadaan sebuah kafe yang menjadi faktor lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian.

Penelitian ini awalnya faktor sosial dirancang sebagai pengendali (variabel kontrol) dari *store atmosphere*. Namun, pada analisis penelitian di temukan bahwa faktor sosial yang meliputi kelompok referensi dan keluarga. Di mana kedua kelompok tersebut secara teori yang dinyatakan oleh Machfoedz (2010:114) sebagai faktor yang paling dominan dalam pengambilan keputusan. Begitu pula dalam penelitian ini ditemukan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan, sehingga pada latar belakang penelitian dikutip oleh peneliti dari Tan, “Alasan kebanyakan konsumen mengunjungi HoReKa bukan hanya untuk minum, melainkan mereka lebih cenderung untuk menikmati suasana khas HoReKa dan kesempatan bertemu orang lain” (Tan, 2002:10). Kutipan tersebut telah terbukti pada penelitian ketika faktor sosial ditemukan sebagai faktor yang mendukung *store atmosphere* dalam mengambil keputusan pembelian konsumen di Rumahku Art Café.

Dalam penelitian ini *store atmosphere* sebagai pesan dalam model komunikasi SMCR komunikasi tidak secara kuat akan mempengaruhi konsumen. Terbukti dari beberapa pernyataan konsumen dinilai peneliti mengambil keputusan secara rasional, secara teori sesuai dengan pandangan

pengambilan keputusan dinyatakan dalam pandangan kognitif dan ekonomi hal tersebut dilihat dari bagaimana *store atmosphere* sebagai bauran pemasaran (4P) antara lain *product*, *price*, *placement*, dan *promotion* yang nampak pada beberapa pernyataan yang tersebar hampir di seluruh indikator penelitian seperti keberadaan kafe dan pencarian informasi. Di sisi lain, faktor sosial menjadi pengambilan keputusan yang secara pasif, karena faktor sosial akan menjadi motivasi lain konsumen mengambil keputusan pembelian, seperti yang dinyatakan Tan (lihat bab I, hal 2).

B. Saran

Sebagai penelitian baru bidang komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik keterbatasan dan kelemahan pada penelitian *Store atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rumahku Art Café di Magelang menjadi salah satu kendala. Keterbatasan dan kelemahan ini di tinjau dari penggunaan metode penelitian survei. Di dalam metode survei (yang diteliti) unit analisis adalah individu yang memiliki sifat sosial dan latar belakang yang berbeda dimana terdapat banyak variabel atau faktor yang mempengaruhi respon seseorang. Sehingga batasan-batasan akan muncul dalam penelitian ini, seperti yang seharusnya peneliti melakukan penyaringan terhadap konsumen Rumahku Art Café yang pernah melakukan pembelian sebelumnya, karena *store atmosphere* hanya dapat dirasakan konsumen saat konsumen pernah merasakan *store atmosphere* sebelum mengambil keputusan bukan saat konsumen berkunjung ke kafe tersebut untuk pertama kali.

Sehingga, *store atmosphere* dapat di lihat lebih kuat sebagai suatu hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan faktor sosial dapat menjadi kontrol dari *store atmosphere* karena melihat keputusan pembelian secara berulang (bukan yang pertama kali). Maka demikian validitas konstruk penelitian ini dapat dikatakan masih rendah karena penggunaan skala likert pada tahapan pembelian dimana proses tahapan sebaiknya menggunakan skala Gutsman atau Trustone .

Selain metode survei, kelemahan penelitian ini adalah kurang mengikuti teori dimana faktor sosial, secara teori dipandang sebagai faktor yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Maka seharusnya dalam penelitian ini faktor sosial sebagai variabel independen, dimana variabel ini akan dipandang sebagai suatu hal yang memiliki pengaruh secara linier atau langsung dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Melihat lemahnya pengaruh *store atmosphere* dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 21,4% dan pengaruh faktor sosial dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 26,3% sebagai hasil temuan penelitian ini dapat dinyatakan bahwa kedua hal tersebut masih membutuhkan faktor lain yang akan mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga sebagai keterbatasan dan kelemahan penelitian ini masih banyak faktor lain yang akan mempengaruhi keputusan pembelian, maka saran untuk penelitian berikutnya adalah pada penelitian selanjutnya sebaiknya peneliti mencoba lebih melihat secara teori hal-hal atau faktor apa saja yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Selain saran untuk penelitian selanjutnya, adapula saran praktis untuk Rumahku Art Café yang berdasar dari hasil frekuensi jawaban terhadap pernyataan berkaitan dengan store atmosphere yaitu berkaitan dengan lokasi parkir, ukuran lahan parkir dan petugas parkir yang masih dinyatakan konsumen Rumahku Art Café kurang memadai dan petugas parkir yang kurang membantu. Selain itu bangunan kafe yang masih kurang nampak dari jalan utama juga mungkin mempengaruhi datangnya pengunjung. Dari segi komunikasinya Rumahku Art Cafe sebaiknya membangun komunikasi yang lebih intensif pada calon konsumen, karena banyak konsumen yang menyatakan mengetahui keberadaan Rumahku Art Café lewat media massa dan orang-orang yang yang menjadi kelompok referensinya (orang terdekat).

Daftar pustaka

- Berman, Berry and Evan R. Joel. 2004 *Retail Management*. New Jersey : Prentice Hall International.
- Fisher, B. Aurbey. 1990. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Hadi, Sutrisno.1990. *Metodologi Research*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi* Malang:UMM Press.
- Kotler, Philip dan Keller. 2002. *Manajemen Pemasaran, jilid 2*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Leon G. Schiffman, dan Kanuk. 2000. *Consumer behavior*. Edisi ke 7. New Jersey : Prentice Hall, inc.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Moriarty, Sandra, Mitchel & Williams. 2011. *Advertising*. Edisi ke 8. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung, Rosda Karya.
- Shopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Retail*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Singarimbun, Masri & Sofyan Efendy. 1990. *Metode penelitian penelitian survey*. Jakarta : LP3ES.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tan, Rio Budi Prasadja. Psikologi Pelayanan Jasa Hotel, Restoran, Kafe (Jakarta : Esensi Erlangga Group, 2002)
- Sumber internet :
<http://www.borobudurlinks.com/2009/11/water-torn-landmark-kota-magelang.html> diakses 07 Agustus 2011 pukul 01.50



Lampiran 1
Kuesioner

No kuisiner :.....

(Disisi peneliti)

KUESIONER

Kepada,
Responden yang terhormat :

Saya, Adityas Agung W adalah Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang saat ini sedang menyusun penelitian yang berjudul “*Pengaruh Tanggapan Store atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Rumahku Art Café*”. Penelitian ini dapat tersusun apabila Bapak, Ibu, Sdr/I berkenan membantu dengan mengisi kuisisioner ini. Penelitian ini bersifat akademis dan kerahasiaan responden akan dirahasiakan. Penelitian ini digunakan untuk menyelesaikan skripsi / tugas akhir. Terimakasih atas kesediaan Bapak, Ibu, Sdr/I meluangkan waktu dan bersedia membantu.

A. *Store atmosphere*

Berilah tanda cek (V) pada setiap pernyataan di salah satu kolom yang telah disediakan, dengan keterangan sebagai berikut :

Sts = sangat Tidak setuju dengan skor 1,

Ts = tidak setuju setuju dengan skor 2,

Bs = biasa saja setuju dengan skor 3,

S = setuju dengan skor 4,

Ss = Sangat Setuju setuju dengan skor 5

no	Pernyataan	Sts	Ts	Bs	S	Ss
	Eksterior : Area depan kafe					
1	Papan nama Rumahku Art Café yang tertempel pada dinding luar bangunan terlihat dengan jelas dari jalan utama.					
2	Bangunan dari kafe terlihat dengan jelas dari jalan utama.					
3	Kombinasi keseluruhan dari tanaman. Lampu hias dan ornamen dinding pada bagian depan kafe merupakan kombinasi yang menarik.					
	Eksterior : Area parkir					

4	Lahan parkir berada di dekat lokasi kafe sehingga memudahkan pengunjung.					
---	--	--	--	--	--	--

Sts = sangat Tidak setuju dengan skor 1,

Ts = tidak setuju setuju dengan skor 2,

Bs = biasa saja setuju dengan skor 3,

S = setuju setuju dengan skor 4,

Ss = Sangat Setuju setuju dengan skor 5

no	Pernyataan	Sts	Ts	Bs	S	Ss
5	Lahan parkir yang tersedia cukup untuk menampung jumlah pengunjung.					
6	Petugas parkir membantu anda dalam menemukan tempat parkir dan memarkir kendaraan.					
Eksterior : Area sekitar kafe						
7	Area Rumahku Art Cafe yang berada di lingkungan perumahan membuat anda lebih nyaman dan tertarik untuk berkunjung.					
8	Area Rumahku Art Café yang cukup jauh dari keramaian membuat anda lebih nyaman dan tertarik untuk berkunjung.					
Interior : warna dan penerangan						
9	Pemilihan warna bangunan kafe tampak menarik.					
10	Pencahayaan kafe cukup menarik					
11	Variasi warna dinding dan lampu merupakan kombinasi tampak menarik.					
Interior : kebersihan						
12	Bangunan secara keseluruhan tampak bersih.					
13	Meja dan kursi selalu tampak bersih.					
14	Dinding selalu tampak bersih					
15	Hiasan selalu tampak bersih.					

	Interior : suhu ruangan						
16	Suhu ruangan cukup dingin dan membuat pengunjung merasa nyaman.						
	Interior : musik						
17	Pemilihan lagu membuat anda merasa nyaman di dalam Rumahku Art Cafe.						
18	Tempo musik membuat anda merasa nyaman di dalam Rumahku Art Cafe.						
	Interior : penampilan wiraniaga						
19	Wiraniaga berpenampilan rapi dan menarik sehingga menambah kenyamanan suasana kafe						
20	Wiraniaga melayani pengunjung dengan ramah dan baik.						
21	Pelayanan wiraniaga memudahkan anda dalam memilih dan memesan menu yang di inginkan.						
	Tata letak : alokasi ruangan						
22	Penempatan meja konsumen terbagi pada beberapa ruangan yang berbeda membuat anda merasa nyaman.						
23	Penempatan kasir yang berada di tengah kafe memudahkan anda untuk melakukan transaksi.						

Sts = sangat Tidak setuju dengan skor 1,

Ts = tidak setuju setuju dengan skor 2,

Bs = biasa saja setuju dengan skor 3,

S = setuju setuju dengan skor 4,

Ss = Sangat Setuju setuju dengan skor 5

no	Pernyataan	Sts	Ts	Bs	S	Ss
	Tata letak : pengelompokan produk					
24	Pengelompokan menu pada daftar menu memudahkan pengunjung memilih produk yang diinginkan.					
	Tata letak : arus lalu lintas kafe					
25	Jalan atau lorong menuju toilet memudahkan anda untuk pergi ke toilet					
26	Jalan atau lorong menuju kasir memudahkan anda untuk menuju kasir dan melakukan transaksi					
27	Jalan atau lorong dari kasir hingga keluar kafe memudahkan anda untuk keluar kafe.					
28	Lebar jalan atau lorong membuat anda nyaman untuk berpindah keruangan lain.					

B. Keputusan pembelian

Berilah tanda cek (V) pada setiap pernyataan di salah satu kolom yang telah disediakan, dengan keterangan sebagai berikut :

Sts = Sangat Tidak setuju dengan skor 1

Ts = Tidak setuju setuju dengan skor 2

Bs = Biasa saja setuju dengan skor 3

S = Setuju setuju dengan skor 4

Ss = Sangat Setuju setuju dengan skor 5

no	Pernyataan	Sts	Ts	Bs	S	Ss
	Pengenalan masalah					
1	Mengunjungi Rumahku Art Cafe bertujuan untuk konsumsi.					
2	Mengunjungi Rumahku Art Cafe bertujuan untuk menikmati suasana kafe.					
3	Mengunjungi Rumahku Art Cafe bertujuan untuk bertemu teman					
4	Mengunjungi Rumahku Art Cafe bertujuan untuk bertemu keluarga.					
	Pencarian Informasi					
5	Sebelum berkunjung, mencari informasi tentang keberadaan Rumahku Art Cafe lewat media yang ada (cetak/elektronik)					
6	Bertanya pada teman kerabat ataupun keluarga tentang keberadaan dan seluk beluk Rumahku Art Cafe sebelum berkunjung					
7	Tanda keberadaan (<i>shop sign</i>) Rumahku Art Cafe di beberapa ruas jalan.					

Sts = sangat Tidak setuju dengan skor 1,

Ts = tidak setuju setuju dengan skor 2,

Bs = biasa saja setuju dengan skor 3,

S = setuju setuju dengan skor 4,

Ss = Sangat Setuju setuju dengan skor 5

no	Pernyataan	Sts	Ts	Bs	S	Ss
	Evaluasi alternatif					
8	Melakukan pemilihan pada beberapa alternatif kafe sebelum memutuskan berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe					
	Keputusan pembelian					
9	Setelah penilaian alternatif, mengambil keputusan untuk membeli di Rumahku Art Cafe					

C. Faktor sosial

Berilah tanda cek (V) pada setiap pernyataan di salah satu kolom

yang telah disediakan, dengan keterangan sebagai berikut :

Sts = Sangat Tidak setuju dengan skor 1

Ts = Tidak setuju setuju dengan skor 2

Bs = Biasa saja setuju dengan skor 3

S = Setuju setuju dengan skor 4

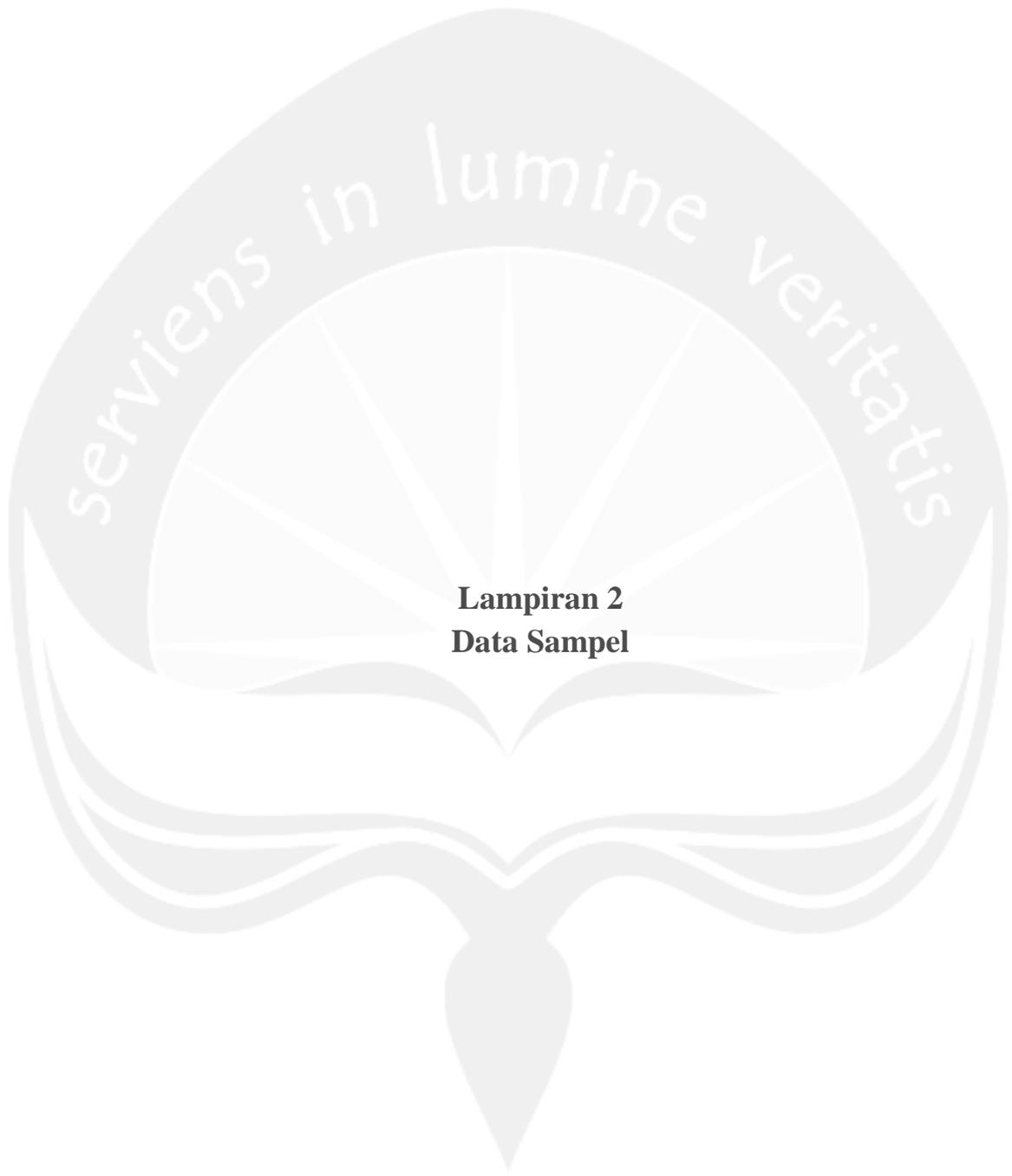
Ss = Sangat Setuju setuju dengan skor 5

no	Pernyataan	Sts	Ts	Bs	S	Ss
1	Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe karena keinginan pribadi.					
2	Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe bersama keluarga.					
3	Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe bersama teman.					
4	Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe					

	karena keluarga.						
5	Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe karena teman.						

Terima kasih atas bantuan dan kerja samanya sebagai responden dalam penelitian ini





Lampiran 2
Data Sampel



LAMPIRAN 3
Hasil Olah Data SPSS

Frequencies

Papan nama Rumahku Art Café yang tertempel pada dinding luar bangunan terlihat dengan jelas dari jalan utama.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	10	5.0	5.0	5.0
	tidak setuju	32	16.0	16.0	21.0
	biasa saja	66	33.0	33.0	54.0
	setuju	71	35.5	35.5	89.5
	sangat setuju	21	10.5	10.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Bangunan dari kafe terlihat dengan jelas dari jalan utama.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	9	4.5	4.5	4.5
	tidak setuju	49	24.5	24.5	29.0
	biasa saja	73	36.5	36.5	65.5
	setuju	57	28.5	28.5	94.0
	sangat setuju	12	6.0	6.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Kombinasi keseluruhan dari tanaman. Lampu hias dan ornamen dinding pada bagian depan kafe merupakan kombinasi yang menarik.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.0	1.0	1.0
	tidak setuju	15	7.5	7.5	8.5
	biasa saja	64	32.0	32.0	40.5
	setuju	91	45.5	45.5	86.0
	sangat setuju	28	14.0	14.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Lahan parkir berada di dekat lokasi kafe sehingga memudahkan pengunjung.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	12	6.0	6.0	6.0
	tidak setuju	33	16.5	16.5	22.5
	biasa saja	43	21.5	21.5	44.0
	setuju	93	46.5	46.5	90.5
	sangat setuju	19	9.5	9.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Lahan parkir yang tersedia cukup untuk menampung jumlah pengunjung.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	18	9.0	9.0	9.0
	tidak setuju	69	34.5	34.5	43.5
	biasa saja	50	25.0	25.0	68.5
	setuju	54	27.0	27.0	95.5
	sangat setuju	9	4.5	4.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Petugas parkir membantu anda dalam menemukan tempat parkir dan memarkir kendaraan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	35	17.5	17.5	17.5
	tidak setuju	56	28.0	28.0	45.5
	biasa saja	67	33.5	33.5	79.0
	setuju	36	18.0	18.0	97.0
	sangat setuju	6	3.0	3.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Area Rumahku Art Cafe yang berada di lingkungan perumahan membuat anda lebih nyaman dan tertarik untuk berkunjung.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
	tidak setuju	28	14.0	14.0	14.5
	biasa saja	71	35.5	35.5	50.0
	setuju	74	37.0	37.0	87.0
	sangat setuju	26	13.0	13.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Area rumahku Art Café yang cukup jauh dari keramaian membuat anda lebih nyaman dan tertarik untuk berkunjung.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	1.5	1.5	1.5
tidak setuju	13	6.5	6.5	8.0
biasa saja	41	20.5	20.5	28.5
setuju	98	49.0	49.0	77.5
sangat setuju	45	22.5	22.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Pemilihan warna bangunan kafe tampak menarik.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	1.5	1.5	1.5
tidak setuju	11	5.5	5.5	7.0
biasa saja	70	35.0	35.0	42.0
setuju	87	43.5	43.5	85.5
sangat setuju	29	14.5	14.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Pencahayaan kafe cukup menarik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	1.0	1.0	1.0
tidak setuju	10	5.0	5.0	6.0
biasa saja	59	29.5	29.5	35.5
setuju	99	49.5	49.5	85.0
sangat setuju	30	15.0	15.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Variasi warna dinding dan lampu merupakan kombinasi tampak menarik.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
tidak setuju	13	6.5	6.5	7.0
biasa saja	60	30.0	30.0	37.0
setuju	93	46.5	46.5	83.5
sangat setuju	33	16.5	16.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Bangunan secara keseluruhan tampak bersih.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	11	5.5	5.5	5.5
	biasa saja	48	24.0	24.0	29.5
	setuju	115	57.5	57.5	87.0
	sangat setuju	26	13.0	13.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Meja dan kursi selalu tampak bersih.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
	tidak setuju	16	8.0	8.0	8.5
	biasa saja	60	30.0	30.0	38.5
	setuju	104	52.0	52.0	90.5
	sangat setuju	19	9.5	9.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Dinding selalu tampak bersih

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
	tidak setuju	18	9.0	9.0	9.5
	biasa saja	66	33.0	33.0	42.5
	setuju	97	48.5	48.5	91.0
	sangat setuju	18	9.0	9.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Hiasan selalu tampak bersih.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	10	5.0	5.0	5.0
	biasa saja	61	30.5	30.5	35.5
	setuju	110	55.0	55.0	90.5
	sangat setuju	19	9.5	9.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Suhu ruangan cukup dingin dan membuat pengunjung merasa nyaman.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	6	3.0	3.0	3.0
	tidak setuju	19	9.5	9.5	12.5
	biasa saja	72	36.0	36.0	48.5
	setuju	87	43.5	43.5	92.0
	sangat setuju	16	8.0	8.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Pemilihan lagu membuat anda merasa nyaman di dalam Rumahku Art Cafe.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	1.5	1.5	1.5
	tidak setuju	16	8.0	8.0	9.5
	biasa saja	57	28.5	28.5	38.0
	setuju	89	44.5	44.5	82.5
	sangat setuju	35	17.5	17.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Tempo musik membuat anda merasa nyaman di dalam Rumahku Art Cafe.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
	tidak setuju	16	8.0	8.0	8.5
	biasa saja	52	26.0	26.0	34.5
	setuju	96	48.0	48.0	82.5
	sangat setuju	35	17.5	17.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Wiraniaga berpenampilan rapi dan menarik sehingga menambah kenyamanan suasana kafe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	5	2.5	2.5	4.5
	biasa saja	75	37.5	37.5	42.0
	setuju	97	48.5	48.5	90.5
	sangat setuju	19	9.5	9.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Wiraniaga melayani pengunjung dengan ramah dan baik.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	8	4.0	4.0	4.0
biasa saja	50	25.0	25.0	29.0
setuju	118	59.0	59.0	88.0
sangat setuju	24	12.0	12.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Pelayanan wiraniaga memudahkan anda dalam memilih dan memesan menu yang diinginkan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	1.0	1.0	1.0
tidak setuju	12	6.0	6.0	7.0
biasa saja	62	31.0	31.0	38.0
setuju	103	51.5	51.5	89.5
sangat setuju	21	10.5	10.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Penempatan meja konsumen terbagi pada beberapa ruangan yang berbeda membuat anda merasa nyaman.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
tidak setuju	12	6.0	6.0	6.5
biasa saja	36	18.0	18.0	24.5
setuju	107	53.5	53.5	78.0
sangat setuju	44	22.0	22.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Penempatan kasir yang berada di tengah kafe memudahkan anda untuk melakukan transaksi.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	1.0	1.0	1.0
tidak setuju	7	3.5	3.5	4.5
biasa saja	56	28.0	28.0	32.5
setuju	109	54.5	54.5	87.0
sangat setuju	26	13.0	13.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Pengelompokan menu pada daftar menu memudahkan pengunjung memilih produk yang diinginkan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	7	3.5	3.5	3.5
	biasa saja	48	24.0	24.0	27.5
	setuju	122	61.0	61.0	88.5
	sangat setuju	23	11.5	11.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Jalan atau lorong menuju toilet memudahkan anda untuk pergi ke toilet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	8	4.0	4.0	4.0
	biasa saja	72	36.0	36.0	40.0
	setuju	102	51.0	51.0	91.0
	sangat setuju	18	9.0	9.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Jalan atau lorong menuju kasir memudahkan anda untuk menuju kasir dan melakukan transaksi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	2.5	2.5	2.5
	biasa saja	73	36.5	36.5	39.0
	setuju	103	51.5	51.5	90.5
	sangat setuju	19	9.5	9.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Jalan atau lorong dari kasir hingga keluar kafe memudahkan anda untuk keluar kafe.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
	tidak setuju	4	2.0	2.0	2.5
	biasa saja	65	32.5	32.5	35.0
	setuju	113	56.5	56.5	91.5
	sangat setuju	17	8.5	8.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Lebar jalan atau lorong membuat anda nyaman untuk berpindah keruangan lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	8	4.0	4.0	4.0
	biasa saja	74	37.0	37.0	41.0
	setuju	104	52.0	52.0	93.0
	sangat setuju	14	7.0	7.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Mengunjungi Rumahku Art Cafe bertujuan untuk konsumsi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	15	7.5	7.5	9.5
	biasa saja	79	39.5	39.5	49.0
	setuju	81	40.5	40.5	89.5
	sangat setuju	21	10.5	10.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Mengunjungi Rumahku Art Cafe bertujuan untuk menikmati suasana kafe.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
	tidak setuju	7	3.5	3.5	4.0
	biasa saja	43	21.5	21.5	25.5
	setuju	117	58.5	58.5	84.0
	sangat setuju	32	16.0	16.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Mengunjungi Rumahku Art Cafe bertujuan untuk bertemu teman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	1.5	1.5	1.5
	tidak setuju	3	1.5	1.5	3.0
	biasa saja	41	20.5	20.5	23.5
	setuju	113	56.5	56.5	80.0
	sangat setuju	40	20.0	20.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Mengunjungi Rumahku Art Cafe bertujuan untuk bertemu keluarga.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	8	4.0	4.0	4.0
	tidak setuju	39	19.5	19.5	23.5
	biasa saja	65	32.5	32.5	56.0
	setuju	69	34.5	34.5	90.5
	sangat setuju	19	9.5	9.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Sebelum berkunjung, mencari informasi tentang keberadaan Rumahku Art Cafe lewat media yang ada (cetak/elektronik)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	14	7.0	7.0	7.0
	tidak setuju	71	35.5	35.5	42.5
	biasa saja	62	31.0	31.0	73.5
	setuju	39	19.5	19.5	93.0
	sangat setuju	14	7.0	7.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Bertanya pada teman kerabat ataupun keluarga tentang keberadaan dan seluk beluk Rumahku Art Cafe sebelum berkunjung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	10	5.0	5.0	5.0
	tidak setuju	42	21.0	21.0	26.0
	biasa saja	64	32.0	32.0	58.0
	setuju	77	38.5	38.5	96.5
	sangat setuju	7	3.5	3.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Tanda keberadaan (shop sign) Rumahku Art Cafe di beberapa ruas jalan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	7	3.5	3.5	3.5
	tidak setuju	22	11.0	11.0	14.5
	biasa saja	67	33.5	33.5	48.0
	setuju	85	42.5	42.5	90.5
	sangat setuju	19	9.5	9.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Melakukan pemilihan pada beberapa alternatif kafe sebelum memutuskan berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	2.5	2.5	2.5
	tidak setuju	27	13.5	13.5	16.0
	biasa saja	87	43.5	43.5	59.5
	setuju	71	35.5	35.5	95.0
	sangat setuju	10	5.0	5.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Setelah penilaian alternatif, mengambil keputusan untuk membeli di Rumahku Art Cafe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	2.5	2.5	2.5
	tidak setuju	18	9.0	9.0	11.5
	biasa saja	69	34.5	34.5	46.0
	setuju	89	44.5	44.5	90.5
	sangat setuju	19	9.5	9.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe karena keinginan pribadi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	18	9.0	9.0	11.0
	biasa saja	68	34.0	34.0	45.0
	setuju	82	41.0	41.0	86.0
	sangat setuju	28	14.0	14.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe bersama keluarga.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	10	5.0	5.0	5.0
	tidak setuju	51	25.5	25.5	30.5
	biasa saja	67	33.5	33.5	64.0
	setuju	56	28.0	28.0	92.0
	sangat setuju	16	8.0	8.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe bersama teman.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
	tidak setuju	7	3.5	3.5	4.0
	biasa saja	25	12.5	12.5	16.5
	setuju	117	58.5	58.5	75.0
	sangat setuju	50	25.0	25.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe karena keluarga.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	15	7.5	7.5	7.5
	tidak setuju	58	29.0	29.0	36.5
	biasa saja	66	33.0	33.0	69.5
	setuju	50	25.0	25.0	94.5
	sangat setuju	11	5.5	5.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Berkunjung dan membeli di Rumahku Art Cafe karena teman.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.5	.5	.5
	tidak setuju	15	7.5	7.5	8.0
	biasa saja	47	23.5	23.5	31.5
	setuju	104	52.0	52.0	83.5
	sangat setuju	33	16.5	16.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Store Atmosphere	200	1.75	4.71	3.5686	.45363
Keputusan pembelian	200	1.78	5.00	3.4139	.53998
Faktor sosial	200	1.80	5.00	3.4740	.58912
Valid N (listwise)	200				



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Store Atmosphere		Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.462 ^a	.214	.210	.48000

- a. Predictors: (Constant), Store Atmosphere

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.405	1	12.405	53.840	.000 ^a
	Residual	45.619	198	.230		
	Total	58.023	199			

- a. Predictors: (Constant), Store Atmosphere
 b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.450	.270		5.373	.000
	Store Atmosphere	.550	.075	.462	7.338	.000

- a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Faktor sosial, Store Atmosphere		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.472	.39241

a. Predictors: (Constant), Faktor sosial, Store Atmosphere

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.688	2	13.844	89.904	.000 ^a
	Residual	30.335	197	.154		
	Total	58.023	199			

a. Predictors: (Constant), Faktor sosial, Store Atmosphere

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.494	.241		2.055	.041
	Store Atmosphere	.332	.065	.279	5.093	.000
	Faktor sosial	.500	.050	.545	9.963	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Store Atmosphere*Faktor sosial, Store Atmosphere, Faktor sosial ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.469	.39338

a. Predictors: (Constant), Store Atmosphere*Faktor sosial, Store Atmosphere, Faktor sosial

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.693	3	9.231	59.653	.000 ^a
	Residual	30.330	196	.155		
	Total	58.023	199			

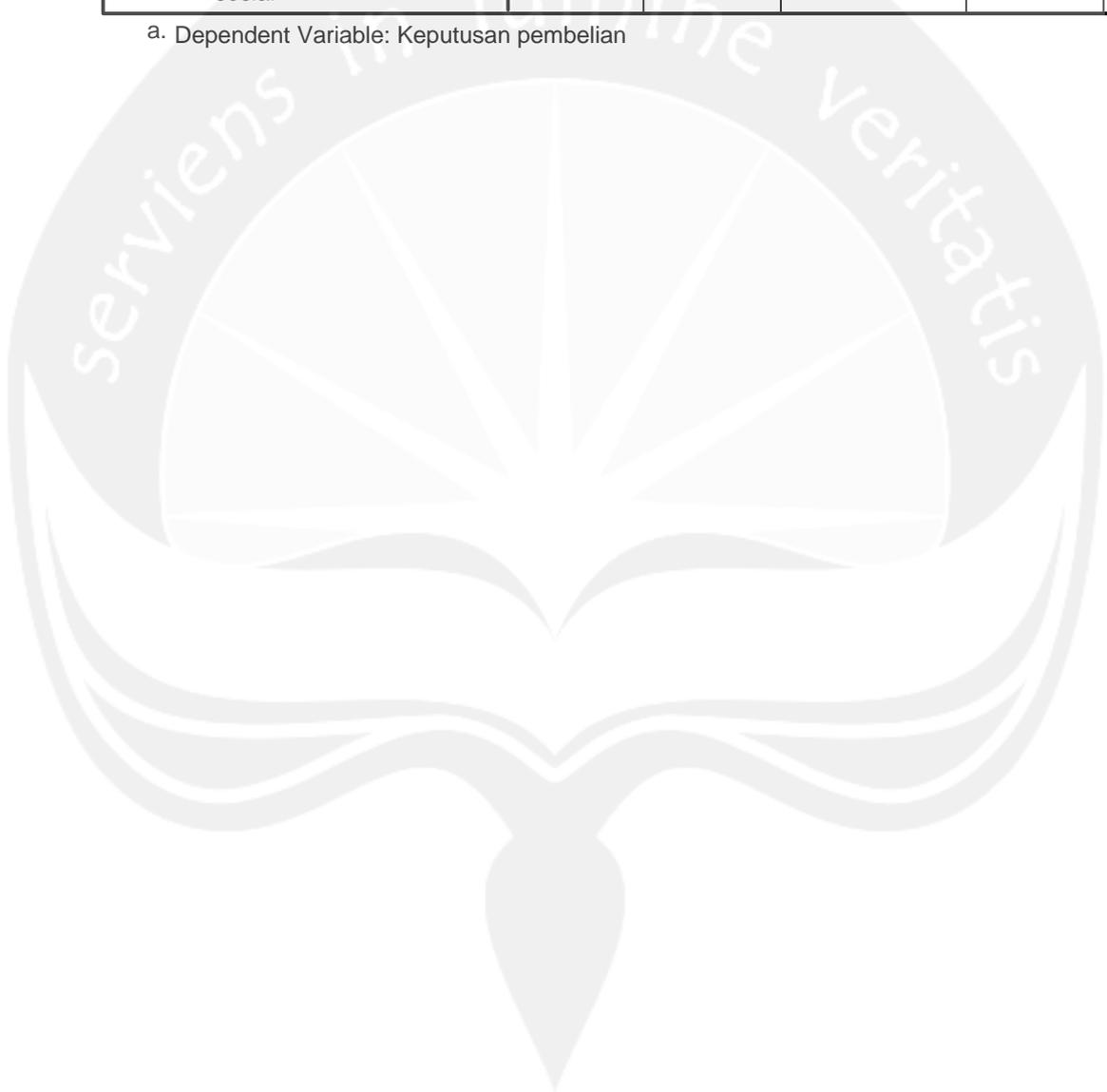
a. Predictors: (Constant), Store Atmosphere*Faktor sosial, Store Atmosphere, Faktor sosial

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.690	1.102		.627	.532
	Store Atmosphere	.277	.306	.233	.905	.367
	Faktor sosial	.442	.321	.482	1.378	.170
	Store Atmosphere*Faktor sosial	.016	.088	.090	.182	.856

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian



Frequencies

Store Atmosphere

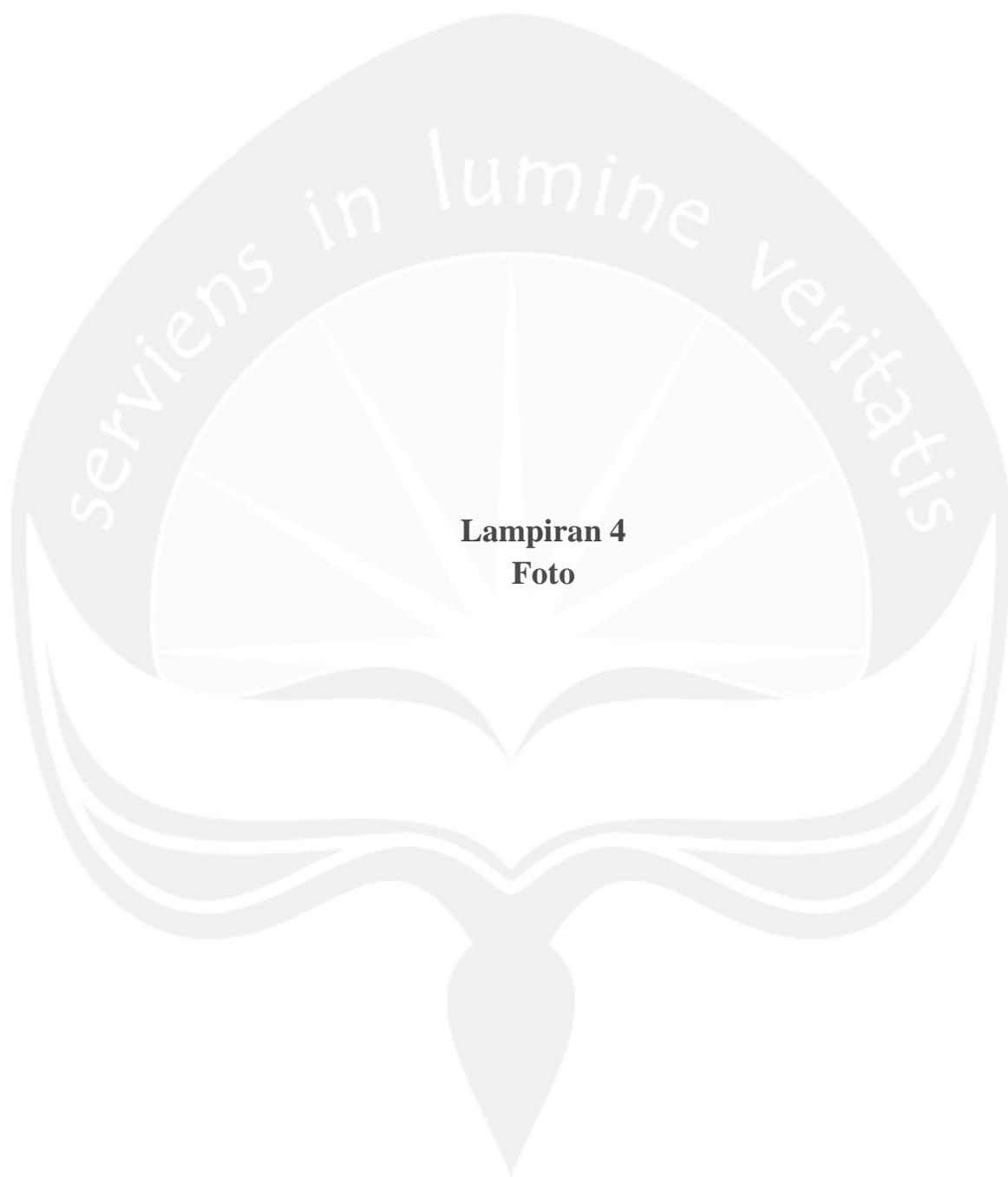
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak baik	1	.5	.5	.5
	Tidak baik	5	2.5	2.5	3.0
	Cukup baik	56	28.0	28.0	31.0
	Baik	124	62.0	62.0	93.0
	Sangat baik	14	7.0	7.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Keputusan pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat rendah	1	.5	.5	.5
	Rendah	12	6.0	6.0	6.5
	Sedang	83	41.5	41.5	48.0
	Tinggi	92	46.0	46.0	94.0
	Sangat tinggi	12	6.0	6.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Faktor sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak baik	16	8.0	8.0	8.0
	Cukup baik	92	46.0	46.0	54.0
	Baik	70	35.0	35.0	89.0
	Sangat baik	22	11.0	11.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



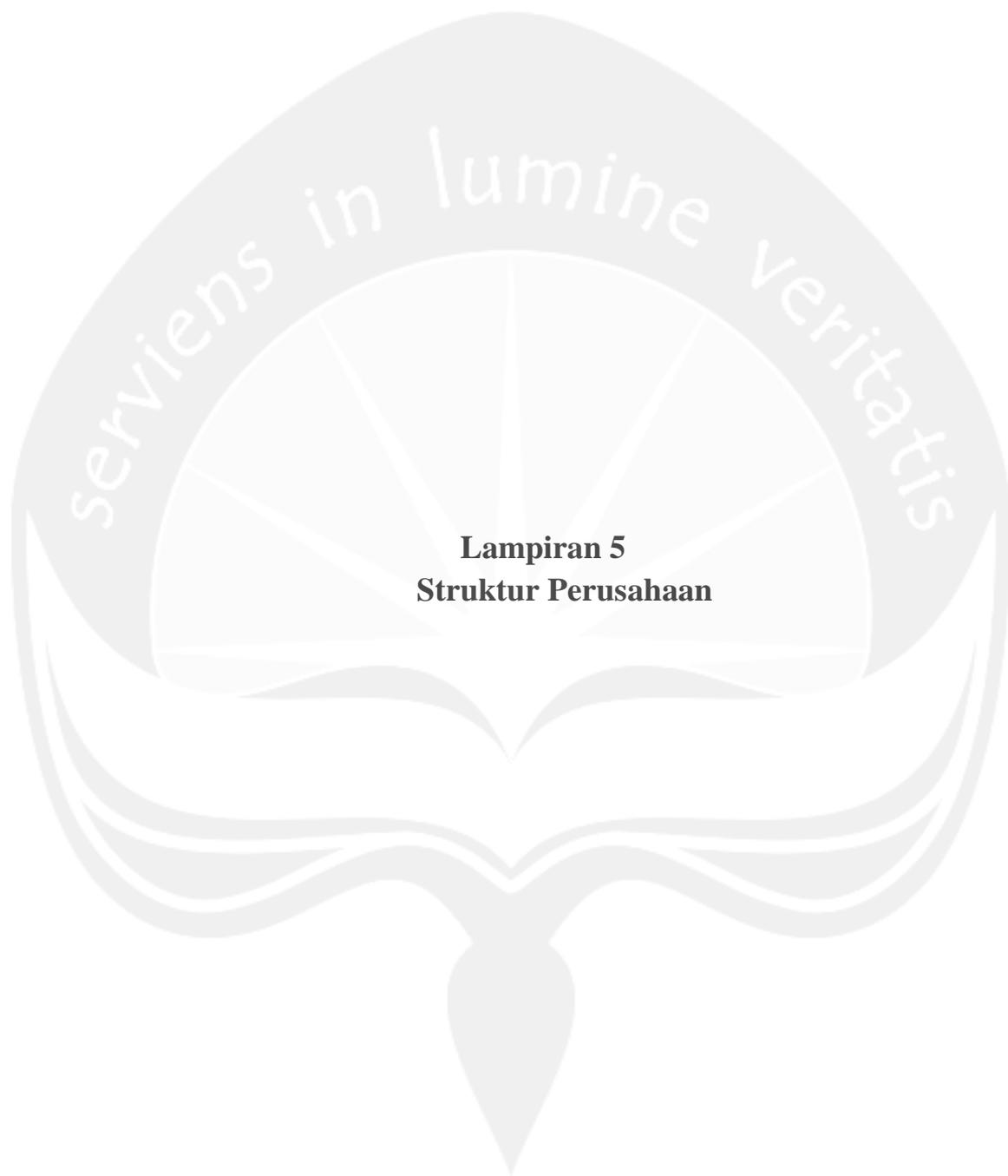
Lampiran 4
Foto

Eksterior



Interior dan Tata Letak





Lampiran 5
Struktur Perusahaan

**STRUKTUR ORGANISASI
RUMAHKU ART CAFE**

