



PENGARUH *STORE LAYOUT* TERHADAP *REVISIT INTENTION* KOPI LANGKAH PERTAMA TANJUNG DUREN

The Influence Of Store Layout On Coffee Revisit Intention Tanjung Duren's First Step

¹⁾Ellysa Chandra, ²⁾Imam Ardiansyah

^{1,2} Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia.

*Email: ¹⁾ellysachandra10@gmail.com

*Correspondence: ¹⁾Ellysa Chandra

DOI:

10.59141/comserva.v3i5.955

ABSTRAK

Kopi Langkah Pertama merupakan sebuah coffee shop yang berlokasi di Tanjung Duren yang sudah berdiri sejak 10 Februari 2022. Coffee shop ini terdiri dari dua lantai dengan kapasitas pengunjung kurang lebih 50 orang dengan luas ruko 4m x 17m. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dimensi alokasi ruang terhadap revisit intention, pengaruh dimensi pengelompokan produk, untuk mengetahui pengaruh dimensi ruang gerak di dalam toko terhadap revisit intention dan untuk mengetahui pengaruh store layout terhadap revisit intention Kopi Langkah Pertama Tanjung Duren. Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu metode kuantitatif, penentuan sample menggunakan teknik non probability sampling dengan jumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil Uji T dapat diketahui bahwa dimensi store layout yaitu alokasi ruang (X1), pengelompokan produk (X2) memiliki pengaruh parsial dan positif terhadap variabel kedatangan berulang (Y) sedangkan dimensi Lalu Lintas dalam ruang tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel kedatangan berulang (Y). Pada Uji F memiliki hasil Fhitung 44.100 > 2.70 Ftabel yang artinya variabel X memiliki pengaruh simultan terhadap variabel Y, lalu pada Uji R2 memiliki nilai sebesar 0,58, dan dapat disimpulkan bahwa 58% kedatangan berulang (Y) dipengaruhi oleh tata letak (X) dan 42% dipengaruhi oleh variabel diluar dari variabel X. Kesimpulan peneliti yaitu bahwa dimensi X1, X2 memiliki pengaruh parsial dan X3 tidak memiliki pengaruh parsial. Variabel X berpengaruh simultan terhadap variable Y.

Kata kunci: *Store Layout; Revisit Intention; Alokasi Ruang; Pengelompokan Produk; Lalu Lintas Dalam Ruang.*

ABSTRACT

First Step Coffee is a coffee shop located in Tanjung Duren which has been established since February 10, 2022. This coffee shop consists of two floors with a visitor capacity of approximately 50 people with a shophouse area of 4m x 17m. The purpose of this study is to determine the effect of the space allocation dimension on revisit intention, the influence of the product grouping dimension, to determine the influence of the dimension of space in the store on revisit intention and to determine the effect of store layout on the revisit intention of Tanjung Duren First Step Coffee. The research method used by researchers is quantitative methods, determining samples using non-probability sampling techniques with a total of 100 respondents. This study used multiple regression analysis method. Based on the results of Test T, it can be seen that the store layout dimension, namely space allocation (X1), product grouping (X2) has a partial and positive influence on the recurring arrival variable (Y) while the Traffic dimension in

space does not have a partial influence on the recurring arrival variable (Y). Test F has a calculation result of $44,100 > 2.70$ Ftable which means that variable X has a simultaneous influence on variable Y, then in Test R2 has a value of 0.58, and it can be concluded that 58% of repeated arrivals (Y) are influenced by layout (X) and 42% are influenced by variables outside of variable X. The researcher's conclusion is that dimensions X1, X2 have a partial influence and X3 have no partial influence. Variable X has a simultaneous effect on variable Y.

Keywords: *Store layout; Revisit intention; space allocation; Product Grouping; Indoor Traffic.*

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan globalisasi, pariwisata memiliki perkembangan yang pesat dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, terutama pada sektor *food & beverage*. Berdasarkan data yang diambil oleh Badan Pusat Statistik mengenai jumlah pertumbuhan industri makanan minuman skala mikro dan kecil di DKI Jakarta pada BPS 2020, BPS 2021, BPS 2023, DKI Jakarta pada tahun 2018 memiliki jumlah sebesar 9619 gerai, lalu pada tahun 2019 memiliki jumlah 22412 gerai, dan pada tahun 2021 memiliki jumlah 26798 gerai. Walaupun adanya pandemic *Covid-19*, perkembangan industri makanan minuman skala mikro dan kecil di DKI Jakarta meningkat dengan pesat dan pada saat ini terutama *coffee shop* yang sedang banyak didirikan oleh pelaku usaha (Anderson et al., 2016) (Davis et al., 2018). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *coffee shop* Kopi Langkah Pertama sebagai objek penelitian karena *Coffee Shop* ini memiliki permasalahan yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. *Coffee Shop* Kopi Langkah Pertama memiliki 2 lantai dan luas sebesar 4m x 17m dengan kapasitas per lantai yaitu maksimal 50 orang, dengan *spending time* tiga jam perorangnya berdasarkan hasil wawancara dengan *staff*. Permasalahan yang ditemukan berdasarkan observasi peneliti yaitu, jarak antar meja setelah diukur peneliti, memiliki *space* 0,7 m². *Spacing* meja yang ideal untuk *table service* pada saat *staff* mengantarkan makanan ke meja yaitu 0,9 m² menurut (Lawson, 1994) pada buku *METRIC HANDBOOK PLANNING AND DESIGN DATA* (Buxton, 2018).

Permasalahan yang ada yaitu berdasarkan wawancara singkat *staff* dan konsumen, bahwa kebanyakan konsumen yang datang, memilih untuk duduk di lantai dua, yang membuat lantai dua menjadi *crowded* dan sempit (Wijayanti, 2014) (Subakti, 2014). Dalam penelitian (Rohaeni & Damayanti, 2018), menurut (Heizer & Render, 2011) bahwa, pengaturan yang efektif dapat membantu organisasi mencapai strategi yang mendukung diferensiasi, biaya rendah atau respon cepat. Tujuan dari strategi pengaturan itu sendiri adalah untuk menciptakan pengaturan yang ekonomis dan memenuhi kebutuhan pesaing perusahaan. Dengan memperhatikan tata letak dapat membantu perusahaan atau *coffee shop* itu sendiri dalam membantu dalam menekan biaya pengeluaran dan membuat posisi yang strategis untuk perusahaan atau *coffee shop*. *Store layout* yang baik dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen yang baru pertama kali datang ke *coffee shop* tersebut (Liang & Wu, 2012). Selain itu tata letak yang baik dapat meningkatkan kemungkinan untuk konsumen menghabiskan lebih banyak waktu di dalam *coffee shop* (Widyanata & Setyono, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Bisri Ashari et al., 2017) menunjukkan bahwa variabel store layout, display interior, dan manusia secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu *layout coffee shop* penting dalam menentukan keputusan pembelian dan bagaimana konsumen tersebut melakukan kedatangan Kembali (Elbers, 2016) (Goswami & Gupta, 2013). Menurut (Widyanto et al., 2014) menyatakan bahwa dimensi atau indikator yang harus ada dalam tata letak toko adalah sebagai berikut:

- a) Alokasi ruang di toko.

- b) Pengelompokan produk yang dijual.
- c) Lalu lintas di dalam toko.

Tata letak yang baik selain dapat menguntungkan pelaku usaha dalam segi ekonomi, juga memiliki kemungkinan untuk menarik pelanggan untuk membeli produknya. Kesan pertama pada konsumen dapat menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian berulang atau tidak. Menurut (Devi & Sugiharto, 2017) *repurchase intention* adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen setelah membeli produk yang ditawarkan atau dibutuhkan konsumen (Kurniawan & Sidiq, 2016). Menurut (Devi & Sugiharto, 2017) *repurchase intention* adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen setelah membeli produk yang ditawarkan atau dibutuhkan konsumen. Dengan adanya pembelian berulang maka konsumen juga akan datang kembali (*revisit intention*). Kecenderungan untuk mengunjungi suatu lokasi sekali lagi merupakan definisi dari niat berkunjung kembali, yang merupakan perpanjangan dari kepuasan yang dihasilkan dari penggunaan layanan pertama kali (Abubakar et al., 2017) dan berdasarkan (Atikah et al., 2020) berpendapat bahwa niat pengunjung untuk kembali sebanding dengan niat konsumen untuk mengulas atau melakukan pembelian kedua.

- a) *Intend to recommend* (memiliki niat untuk memberikan rekomendasi)
- b) *Intend to revisit* (memiliki niat untuk berkunjung kembali)

Lalu berdasarkan penelitian (Fitriani & Nurdin, 2020) yang berjudul “PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG PADA *BREAKTIME* KOTA BIMA” memiliki kesimpulan bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Kota Bima. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel yakni $3,725 < 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (Pambudi, 2019). Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan dengan penelitian dengan judul “*Pengaruh Store Layout Terhadap Revisit Intention Kopi Langkah Pertama*”.

METODE

Objek penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu *coffee shop* yang terletak di Tanjung Duren yang bernama Kopi Langkah Pertama. Penelitian di lakukan setelah melakukan observasi pada tempat objek penelitian dan wawancara singkat dengan manajer dan staff yang bekerja di Kopi Langkah Pertama. Variabel bebas yang dipakai yaitu *store layout* dan variabel terikat yang dipakai yaitu *revisit intention*. Alasan peneliti menggunakan variabel tersebut yaitu berdasarkan observasi dan wawancara singkat, terdapat beberapa permasalahan yang terlihat, seperti jarak interval antar meja yang kurang luas, lalu target kunjungan perbulannya selama dua belas bulan masih kurang memuaskan. Dari total kunjungan konsumen selama dua belas bulan, dapat di angka 45.57%, ada pula area lantai dua yang banyak di datangi oleh konsumen yang membuat area toko menjadi sangat *crowded* dan sempit dan membuat *layout* toko kurang efektif dalam menampung konsumen pada lantai dua. Lalu pendekatan penelitian yang digunakan peneliti yaitu jenis penelitian ini digunakan metode pendekatan kuantitatif (D. Sugiyono, 2013) (Puspitaningtyas & Kurniawan, 2016). Dalam penelitian kuantitatif, arah dan fokus penelitian adalah membangun teori dari informasi atau fakta yang ada (Kurniawan and Puspitaningtyas 2016) (Hardani et al., 2020). Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah pengembangan dan penggunaan model matematika, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran merupakan bagian integral dari penelitian kuantitatif. Ini memberikan pemahaman atau jawaban atas hubungan dasar dari hubungan kuantitatif (Siyoto & Sodik, 2015). Teknik pengumpulan data berbasis survey. Pendekatan survey adalah mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang faktor-faktor penyebab dan kemudian menganalisis faktor-faktor tersebut (Arikunto,

2006). Metode survei dilaksanakan dengan melakukan kuisisioner terstruktur yang diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi (P. D. Sugiyono, 2017). Data yang dikumpulkan melalui kuisisioner yang di isi oleh responden berisi pilihan pernyataan yang sesuai dengan apa yang dialami responden saat berkunjung ke *coffee shop*. Kuisisioner dibagikan kepada responden yang telah memenuhi syarat dan dapat mengisi pertanyaan kuisisioner yang disebarakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi. Lalu berikut merupakan persyaratan responden yang memenuhi syarat untuk mengisi kuisisioner:

- a) Pernah berkunjung ke *coffee shop* setidaknya sekali
- b) Minimal berusia 17 tahun
- c) Kunjungan terakhir ke *coffee shop* yaitu bulan Februari 2023

Lalu populasi yang ditargetkan oleh peneliti yaitu jumlah konsumen yang datang pada dua belas bulan terakhir di Kopi Langkah Pertama yang ada pada angka 7656 pengunjung dengan persenan 45.57% dari target kunjungan dan dengan sample 100 orang yang didapatkan menggunakan rumus *Slovin*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses penelitian ini dilakukan dari bulan Februari 2023 sampai dengan Mei 2023 di *Coffee Shop* Kopi Langkah Pertama Tanjung Duren dengan kuesioner yang telah terisi yaitu sebanyak 100 responden yang sesuai dengan jumlah sample yang telah ditentukan. Jenis kelamin responden dibagi menjadi laki-laki dan perempuan dengan hasil dominan 61 orang laki-laki dan 39 orang perempuan, lalu hasil kuesioner berdasarkan umur bahwa kisaran umur 17-22 tahun lebih dominan untuk datang dan memiliki jumlah 66 orang yang datang untuk berkunjung ke dalam *Coffee Shop*. Lalu berdasarkan domisili memiliki hasil 99 orang yang berkunjung berdomisili Jakarta dan berdasarkan pekerjaan, sebanyak 75 orang merupakan mahasiswa/pelajar yang datang ke *Coffee Shop* dan berdasarkan tingkat pendapatan, lebih dominan 52 responden memiliki pendapatan berkisar Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000.

UJI VALIDITAS ALOKASI RUANG (X1)

No. soal	R hitung	Tanda	R tabel	Keterangan
1	0.808	>	0.361	VALID
2	0.669	>	0.361	VALID
3	0.502	>	0.361	VALID
4	0.763	>	0.361	VALID
5	0.872	>	0.361	VALID
6	0.872	>	0.361	VALID

Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

UJI VALIDITAS PENGELOMPOKKAN PRODUK (X2)

No. soal	R hitung	Tanda	R tabel	Keterangan
1	0.759	>	0.361	VALID
2	0.37	>	0.361	VALID
3	0.725	>	0.361	VALID
4	0.720	>	0.361	VALID

Sumber : data diolah oleh peneliti (2023)

UJI VALIDITAS LALU LINTAS DALAM RUANG (X3)

No. soal	R hitung	Tanda	R tabel	Keterangan
1	0.782	>	0.361	VALID
2	0.686	>	0.361	VALID
3	0.746	>	0.361	VALID
4	0.736	>	0.361	VALID
5	0.632	>	0.361	VALID

Sumber : data diolah oleh peneliti (2023)

UJI VALIDITAS REVISIT INTENTION (Y1)

No. soal	R hitung	Tanda	R tabel	Keterangan
1	0.805	>	0.361	VALID
2	0.794	>	0.361	VALID
3	0.655	>	0.361	VALID
4	0.701	>	0.361	VALID

Sumber : data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas ini menggunakan korelasi *product moment Pearson*, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilainya positif, maka item atau pertanyaan atau indikator dinyatakan valid. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, lalu jumlah responden yang digunakan untuk uji validitas ini yaitu 30 responden yang memiliki hasil yang **VALID** dengan signifikansi 5% atau 0,05 dan memiliki hasil reliabel untuk uji reliabilitas yang menggunakan *Cronbach Alpha* dan instrument penelitian dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai diatas 0,7. Pada uji asumsi klasik terdapat uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedasitas.

**HASIL UJI NORMALITAS
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07911306
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.043
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

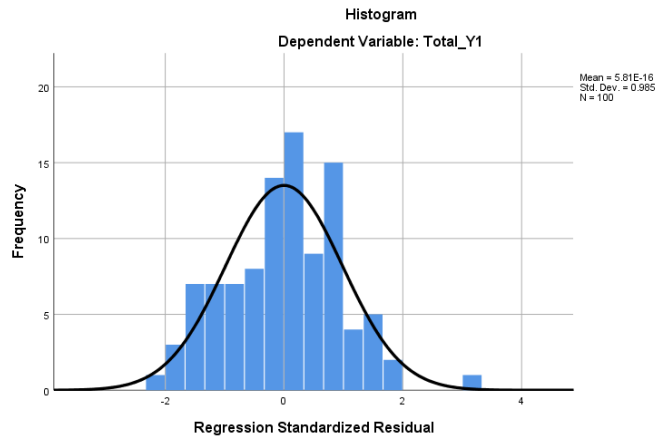
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

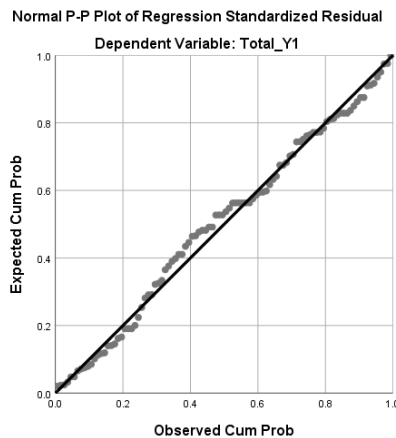
Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

GRAFIK HISTOGRAM



Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

GRAFIK P-PLOT



Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

Dapat dilihat dari tabel hasil Uji Normalitas, bahwa hasil dari uji normalitas Kolmogorov-Smirnov memiliki hasil yang terdistribusi normal yaitu 0.200 yang hasilnya > 0.05 dan juga dapat dilihat dari histogram yang berbentuk gunung dapat dikatakan data terdistribusi normal, lalu P-Ploy yang titik-titik mengikuti garis yang membuktikan bahwa data terdistribusi secara normal.

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.680	.945			2.836	.006		
Total_X1	.323	.067	.483		4.830	.000	.437	2.286
Total_X2	.221	.101	.220		2.195	.031	.437	2.289
Total_X3	.099	.056	.149		1.760	.082	.610	1.639

a. Dependent Variable: Total_Y1

Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

Dapat diketahui variabel X1, X2, X3 tidak terjadi multikolinearitas karena untuk kriteria pengujiannya adalah Multikolinearitas terjadi pada model regresi ketika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan VIF (*Variance Inflation Factors*) lebih besar dari 10. Multikolinearitas tidak terjadi pada model regresi ketika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF (*Variance Inflation Factors*) kurang dari 10.

HASIL UJI HETEROKEDASITAS

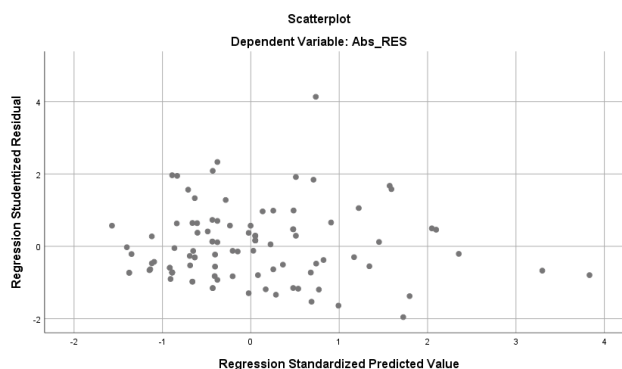
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.772	.536		5.175	.000
Total_X1	-.066	.038	-.247	-1.734	.086
Total_X2	-.110	.057	-.275	-1.931	.056
Total_X3	.059	.032	.223	1.854	.067

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

GRAFIK SCATTERPLOT



Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

Berdasarkan data grafik *scatter plot* diatas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas dan skor tersebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, juga nilai signifikansi dari tiga variable > 0.05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapula uji regresi linear berganda, uji hipotesis yang terdiri dari uji T (parsial), uji F (simultan) dan uji koefisien determinasi.

Lalu ada pula hasil dari Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis (Uji T, Uji F, Uji R²) sebagai berikut :

HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.680	.945		2.836	.006
	Total_X1	.323	.067	.483	4.830	.000
	Total_X2	.221	.101	.220	2.195	.031
	Total_X3	.099	.056	.149	1.760	.082

a. Dependent Variable: Total_Y1

Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

Pada hasil uji regresi linear memiliki hasil :

1. Dari hasil yang telah diolah, diketahui bahwa t_{hitung} dimensi Alokasi Ruang (X1) sejumlah $4.830 > 1.98498$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini memiliki pengaruh parsial secara signifikan dan positif. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Dari hasil yang telah diolah, diketahui bahwa t_{hitung} dimensi Pengelompokkan Produk (X2) sejumlah $2.195 > 1.98498$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.031 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini memiliki pengaruh parsial secara signifikan dan positif. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.
3. Dari hasil yang telah diolah, diketahui bahwa t_{hitung} dimensi Lalu Lintas Dalam Ruang (X3) sejumlah $1.760 < 1.98498$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.082 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini tidak memiliki pengaruh parsial secara signifikan dan positif. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima H_a ditolak.

**HASIL UJI T (PARSIAL)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.680	.945		2.836	.006
	Total_X1	.323	.067	.483	4.830	.000
	Total_X2	.221	.101	.220	2.195	.031
	Total_X3	.099	.056	.149	1.760	.082

a. Dependent Variable: Total_Y1

Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

Lalu pada hasil dari uji T, bahwa dimensi Alokasi Ruang (X1) dan dimensi Pengelompokkan Produk (X2) memiliki pengaruh secara parsial dan positif, tetapi pada dimensi Lalu Lintas Dalam Ruang (X3) tidak memiliki pengaruh secara parsial dan positif.

**HASIL UJI F (SIMULTAN)
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	158.876	3	52.959	44.100	.000 ^b
	Residual	115.284	96	1.201		
	Total	274.160	99			

a. Dependent Variable: Total_Y1

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

Lalu hasil dari Uji F (simultan) yaitu F_{hitung} adalah 44.100 dengan tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (0,05) dimana nilai $df_1 = 3$, nilai $df_2 = 100 - 3 - 1 = 96$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel), hasil diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2.70 dan nilai F_{hitung} sebesar 44.100. Nilai F_{hitung} $44.100 > 2.70 F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a di terima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Alokasi Ruang (X1), Pengelompokkan Produk (X2), dan Lalu Lintas Dalam Ruang (X3) bersama-sama memiliki pengaruh secara signifikan terhadap revisit intention (Y1).

Hasil Uji R² (Koefisien Determinasi)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.580	.566	1.096

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

b. Dependent Variable: Total_Y1

Sumber : data diolah oleh Peneliti 2023

Terakhir hasil dari Uji R² yaitu hasil R = 0,761 yang berarti semua variable X terhadap variable Y memiliki persentase hubungan sebesar 76,1% dan hasil dari R² = 0,58 yang berarti sebesar 58%, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel *revisit intention* (Y) dipengaruhi oleh variable *store layout* yaitu Alokasi Ruang, Pengelompokkan Produk, dan Lalu Lintas Dalam Ruang sebesar 58%, dan 42% dipengaruhi oleh faktor diluar variable seperti harga, kualitas layanan, kualitas makanan, *store atmosphere* yang dapat mempengaruhi *revisit intention*.

SIMPULAN

Berikut merupakan kesimpulan peneliti: 1) Diketahui bahwa dimensi Alokasi Ruang (X1) t_{hitung} memiliki jumlah 4.830 dengan nilai t_{tabel} yaitu 1.98498 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4.830 > 1.98498$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini memiliki pengaruh parsial secara signifikan dan positif. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_a^1 diterima dan H_0^1 ditolak. 2) Diketahui bahwa dimensi Pengelompokkan Produk (X2) memiliki jumlah 2.195 dengan nilai t_{tabel} yaitu 1.98498 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.195 > 1.98498$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.031 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini memiliki pengaruh parsial secara signifikan dan positif. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_a^2 diterima dan H_0^2 ditolak. 3) Diketahui bahwa dimensi Lalu Lintas Dalam Ruang (X3) memiliki jumlah 1.760 dengan nilai t_{tabel} yaitu 1.98498 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1.760 < 1.98498$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.082 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini tidak memiliki pengaruh parsial secara signifikan dan positif. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa H_0^3 diterima H_a^3 ditolak. 4) Diketahui bahwa hasil diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2.70 dan nilai F_{hitung} sebesar 44.100. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $F_{hitung} 44.100 > 2.70 F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a di terima, maka dapat disimpulkan bahwa Alokasi Ruang (X1), Pengelompokkan Produk (X2), dan Lalu Lintas Dalam Ruang (X3) bersama-sama memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention* (Y1). 5) Hasil R = 0,761 yang berarti semua variable X terhadap variable Y memiliki persentase hubungan sebesar 76,1% dan hasil dari R² = 0,58 yang berarti sebesar 58%, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel *revisit intention* (Y) dipengaruhi oleh variable *store layout* yaitu Alokasi Ruang, Pengelompokkan Produk, dan Lalu Lintas Dalam Ruang sebesar 58%, dan 42% dipengaruhi oleh factor diluar variable.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Kassim, M., Muharam, F. M., Chye, C. S., & Bakar, N. B. A. (2017). The Mediating Effect of Novelty-Seeking Tendencies in Tourists' Revisit Intention: A Case from Singapore. *Advanced Science Letters*, 23(9), 9135–9139.
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., Camm, J. D., & Cochran, J. J. (2016). *Statistics for business & economics*. Cengage Learning.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian : Pendekatan Suatu Praktik*. Rineka Cipta.
- Bisri Ashari, L., Hufron, M., & Khoirul ABS, M. (2017). *Pengaruh Store Layout, Interior Display, Human Variable Terhadap Keputusan Pembelian Di Ramayana Mall Dinoyo City Malang*.
- Buxton, P. (2018). *Metric Handbook Planning And Design Data* (Sixth edit).
- Davis, B., Lockwood, A., Pantelidis, I. S., & Alcott, P. (2018). *Food and beverage management*. Routledge.
- Devi, S., & Sugiharto, D. S. (2017). *Pengaruh Product Quality Dan Retail Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Familiarity Sebagai Variabel Intervening Pada Store Zara Di Surabaya*.
- Elbers, T. (2016). The effects of in-store layout-and shelf designs on consumer behavior. *Wageningen UR*, 1–22.
- Fitriani, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Breaktime Kota Bima. *Edisi Elektronik*, 12(2). <https://doi.org/10.33747>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. *Universitas Diponegoro*.
- Goswami, S., & Gupta, N. (2013). A look at implications of changing store layout and design in India. *Journal of Management Research*, 5.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate data analysis: Pearson new international edition. *Essex: Pearson Education Limited*, 1(2).
- Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., & Akmal, Y. (2019). *Analisis jalur dan aplikasi SPSS versi 25*.
- Hardani, H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. *Yogyakarta: Pustaka Ilmu*, 162.
- Heizer, J., & Render, B. (2011). *Operations Management 10th Edition*.
- Kurniawan, A., & Sidiq, S. S. (2016). *Penerapan Personal Hygiene Pada Karyawan Food and Beverage Service Hotel Aryaduta Pekanbaru*. Riau University.
- Lawson, F. (1994). *Restaurants, Clubs and Bars: Planning, Design and Investment, 2nd Edn 1994*, Architectural Press.
- Liang, W.-K., & Wu, R.-A. (2012). *Analysis of Coffee shop market*.
- Pambudi, A. R. (2019). Pengaruh Store Layout Dan Food Quality Terhadap Minat Beli Ulang Dan Customer Satisfaction Pada Ready To Eat Bakery. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 1–7.
- Puspitaningtyas, Z., & Kurniawan, A. W. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Yogyakarta. Perpustakaan Nasional RI*.
- Rohaeni, H., & Damayanti, A. (2018). *Pengaruh Store Layout Terhadap Impulse Buying Di Toko Buku Gramedia Istana Plaza Bandung* (Vol. 10, Issue 2).
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.
- Subakti, A. G. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Di Restoran Saung Mirah, Bogor. *Binus Business Review*, 5(1), 49–56.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
-

- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225, 87.
- Widyanata, O. Y., & Setyono, D. (2017). Analisa pengaruh experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen Konig Coffee & Bar. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(1), 177–191.
- Widyanto, A. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden kota Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 14, Issue 1).
- Wijayanti, A. (2014). *Modul Pengantar Akomodasi Dan Restoran*. Bina Sarana Informatika.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).