

**TESIS**

**PENGARUH DESAIN TATA LETAK FASILITAS  
DAN PEUBAH INSANI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN DI MASA PANDEMI COVID-19  
(STUDI PADA BISNIS KULINER DI KOTA BANJARMASIN,  
DAN KOTA BANJARBARU)**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister (S2)**

**Oleh :  
ARUM DWI MIDA RAHAYU  
NIM. 1920420320021**



**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLISTIK  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGARUH DESAIN TATA LETAK FASILITAS DAN PEUBAH INSANI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DI  
MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA BISNIS KULINER DI KOTA  
BANJARMASIN DAN KOTA BANJARBARU)

Oleh:  
Arum Dwi Mida Rahayu  
NIM. 1920420320021

Telah disetujui, diuji dan disahkan di Banjarmasin sebagai Tesis  
pada Tanggal 10 Juni 2022

Menyetujui,  
Pembimbing

Dr. Suyatno, Drs., M.Si  
NIP. 196000707 198811 1 001

Penguji I

Dr. Bachruddin Ali Akhmad., M.Si  
NIP. 19591210 198811 1 001

Penguji II

Dr. Agus Pebrianto., M.Si  
NIP. 19740211 200112 1 002

Diketahui,

Koordinator  
Magister Administrasi Bisnis

Dr. Taharuddin, S. Sos., MM  
NIP. 19740110 200003 1 001

Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. H. Budi Suryadi., M. Si  
NIP. 19730122 199802 1 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS**  
Jalan Brigadir Jenderal H. Hasan Basri Banjarmasin 70123  
Telepon/Fax. : (0511) 3304595-3304968

## BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari ini Jumat tanggal 10 bulan Juni tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua, Dewan Pembimbing yang ditunjuk oleh Koordinator Program Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Tugas Nomor 027/UN8.4.1.13.3/PP/2022 tanggal 08 Juni 2022 untuk melakukan pengujian pada ujian akhir tesis :

Nama Mahasiswa : Arum Dwi Mida Rahayu  
N I M : 1920420320021  
Waktu Ujian : Mulai Jam 14.00 Wita s/d selesai 16.00 Wita  
Nilai : 83,55 (A) dengan perbaikan  
Dinyatakan : ( Lulus / Tidak Lulus )

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Program Studi Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : Banjarmasin

Pada Tanggal : 10 Juni 2022

Mahasiswa yang diuji,

Dewan Penguji :

(Arum Dwi Mida Rahayu)

1. Pembimbing I : Dr. Suyatno, M.Si
2. Penguji I : Dr. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
3. Penguji II : Dr. Agus Pebrianto., M.Si

Mengetahui/ Membenarkan :  
Koordinator,

Dr. Taharuddin, S.Sos, MM  
NIP. 19740110 200003 1 001



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**PROGRAM PASCASARJANA**

**SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI**

NOMOR : 379/UN8.4/SE/2023

Sertifikat ini diberikan kepada:

**Arum Dwi Mida Rahayu**

Dengan Judul Tesis:

Pengaruh Desain Tata Letak Fasilitas dan Peubah Insani terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Bisnis Kuliner di Kota Banjarmasin, dan Kota Banjarbaru)

Telah dideteksi tingkat plagiasinya dengan kriteria toleransi  $\leq 20\%$ , dan dinyatakan Bebas dari Plagiasi.

Banjarmasin, 24 Juli 2023

Direktur,



Pst. Dr. Ir. Danang Biyatmoko, M.Si.  
NIP. 196805071993031020

## ABSTRAK

**Arum Dwi Mida Rahayu, 1920420320021, 2023.** Pengaruh Desain Tata Letak Fasilitas dan Peubah Insani terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Bisnis Kuliner di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Tesis Magister Administrasi Bisnis. Program Pascasarjana Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Suyatno

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang marak ditawarkan. Fenomena perubahan gaya hidup, selera dan konsumsi masyarakat membuat pengusaha kuliner memerlukan ide-ide baru yang lebih modern agar lebih disukai. Salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh pengusaha kuliner guna merespon fenomena ini adalah *Store Atmosphere*. Banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih rumah makan dan minuman dimasa pandemik Covid-19. Setiap pelanggan memiliki harapan yang berbeda sebelum dan saat pandemik Covi-d19. Harapan harus bisa dirangsang sehingga munculnya tekanan untuk mewujudkannya berupa tindakan pembelian. Salah satu faktor yang menjadi stimulus adalah *Store Atmosphere* yang mana dimensinya yakni desain tata letak fasilitas dan peubah insani (variabel manusia) lebih banyak diatur yang tertuang dalam Panduan Pelaksanaan *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability (CHSE)* yang merupakan kebijakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai panduan bagi para pengusaha dan/atau pengelola, karyawan dan tamu restoran/rumah makan dalam adaptasi kebiasaan baru, dan yang selanjutnya disebut Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Restoran/Rumah Makan merupakan panduan operasional dari Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung desain tata letak fasilitas dan peubah insani terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan Bisnis Kuliner di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru di masa Pandemi Covid-19.

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif deskriptif asosiatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen bisnis kuliner rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Sampel sebanyak 115 sampel dengan teknik pengambilan sampel kemudahan berkuota (*Convenience Sampling*). Data dikumpulkan melalui kuesioner kemudian dianalisis melalui analisis jalur dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) secara langsung desain tata letak fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) secara langsung peubah insani berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) secara langsung desain tata letak fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 4) secara langsung peubah insani berpengaruh tidak signifikan terhadap

kepuasan pelanggan, 5) secara langsung keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 6) keputusan pembelian memediasi pengaruh desain tata letak fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru dalam masa pandemi covid-19, dan 7) keputusan pembelian memediasi pengaruh peubah insani terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin, dan Kota Banjarbaru dalam masa pandemi covid-19.

**Kata Kunci:** Desain tata letak fasilitas, peubah insani, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan

## ABSTRACT

**Arum Dwi Mida Rahayu, 1920420320021, 2023.** *The Influence of Facility Layout Design and Human Variables on Purchase Decisions and Customer Satisfaction During the Covid-19 Pandemic (Study on Culinary Business in Banjarmasin City and Banjarbaru City. Master's Thesis on Business Administration. Postgraduate Program at Lambung Mangkurat University Advisor : Suyatno.*

The culinary business is a business that is widely offered. The phenomenon of changes in people's lifestyles, tastes and consumption makes culinary entrepreneurs need new, more modern ideas to be more preferred. One of the factors that need to be considered by culinary entrepreneurs to respond to this phenomenon is the Store Atmosphere. Many things are considered by consumers in choosing restaurants and drinks during the Covid-19 pandemic. Every customer has different expectations before and during the Covid-19 pandemic. Expectations must be stimulated so that pressure arises to make them happen in the form of buying actions. One of the factors that became the stimulus was the Store Atmosphere where the dimensions, namely the layout design of facilities and human variables (human variables) were more regulated as stated in the Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability (CHSE) Implementation Guide which is a policy of the Ministry of Tourism and the Economy. Creative as a guide for entrepreneurs and/or managers, employees and guests of restaurants/restaurants in adapting new habits, and hereinafter referred to as Guidelines for the Implementation of Hygiene, Health, Safety, and Environmental Sustainability in Restaurants/Restaurants is an operational guideline from the Decree of the Minister of Health Number HK.01.07/Menkes/382/2020 concerning Health Protocols for the Community in Public Places and Facilities in the Context of Prevention and Control of Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

This study aims to analyze the direct and indirect effects of facility layout design and human variables on purchasing decisions and customer satisfaction in the Culinary Business in Banjarmasin City and Banjarbaru City during the Covid-19 Pandemic.

This research is an explanatory research with associative descriptive quantitative approach. The population of this research is all consumers of the culinary business of restaurants and beverages in the City of Banjarmasin and the City of Banjarbaru. A sample of 115 samples with the convenience sampling technique of quotas (Convenience Sampling). Data were collected through a questionnaire and then analyzed through path analysis with the help of SPSS 26.

The results showed that: 1) the facility layout design had a significant effect on purchasing decisions. 2) direct human variables have a significant effect on purchasing decisions, 3) direct facility layout design has a significant effect on customer satisfaction, 4) directly human variables have no significant effect on customer satisfaction, 5) direct purchasing decisions have a significant effect on

*customer satisfaction, 6) purchase decisions mediate the effect of facility layout design on customer satisfaction at restaurants and beverages in Banjarmasin City and Banjarbaru City during the covid-19 pandemic, and 7) purchase decisions mediate the influence of human variables on customer satisfaction at restaurants and beverages in Banjarmasin City , and the City of Banjarbaru during the COVID-19 pandemic.*

**Keywords:** *Facility layout design, human variables, purchasing decisions, customer satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segenap puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat dan karunia-Nya. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan besar Rasulullah SAW yang telah berjuang dalam menegakkan iman dan Islam. Penulis bersyukur karena dapat menyelesaikan Tesis dengan judul **“Pengaruh Desain Tata Letak Fasilitas dan Peubah Insani terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Bisnis Kuliner di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru)”**

Selanjutnya penulis menyampaikan terima kasih atas bimbingan, kritikan, masukan atas dukungan penyempurnaan penulisan Tesis ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya, Akhirnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Bapak/ Ibu:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Dr. Taharuddin, S.Sos., MM, Ketua Program Studi Magister Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Dr. Suyatno, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Tesis. Terima kasih telah berkenan memberikan bimbingan, ajaran, dan ilmu – ilmu baru pada setiap permasalahan atas tantangan yang penulis dapatkan dari awal perkuliahan

hingga penyusunan tesis ini. Terima kasih dan mohon maaf bila ada kesalahan yang penulis telah lakukan.

5. Dr. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si sebagai penguji I dan Bapak Dr. Agus Pebrianto, M.Si sebagai penguji II yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan demi kemajuan tesis yang penulis kerjakan mulai dari seminar proposal, seminar hasil hingga sidang akhir.
6. Segenap Civitas Akademia Program Pascasarjana Magister Administrasi Bisnis yang selalu membantu memperlancar urusan administrasi akademik.
7. Kepada seluruh responden yang bersedia memberikan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
8. *My beloved Husband Amer Ali Bin Ahmed Alnaqeeb thank you for your motivation and supported me a lot as your Chuncu wife, thank you for being a leader and leading our little family, for always giving your best to make me and your childres happy, for being the best father and husband to me, you've worked so hard, thank you for being so patient with your wife, for always being my strength when I feel weak, I love you a lot, may Allah blessing our family, because him I am back to college to take The Master of Business Administration. I love you till Jannah.*
9. Hanah Alnaqeeb dan Abdul Shukur Alnaqeeb anak-anak mommy tercinta yang menjadi penyemangat mommy, penghapus rasa lelah mommy disetiap proses pendidikan kuliah S2 ini.
10. Bapak tercinta Muhammad Hilmi, Sri Maryati Mama tersayang yang selalu memberikan doa kepada Saya, semoga Allah membalas semua kebaikan

kalian, *I'm so Proud to be your Daughter*. Kaka kesayangan Lenny Rahussal Potu Hilma, Adik kesayangan Merry Triana Lestari, ponakan-ponakan tercinta Siti Amaliah, Muhammad Haekal Aqsya, Ahmad Abid Al Ghazali, Anjeli Hazna hanifah, Ipar kesayangan Moch. Haris dan Abu Hanifah kalian adalah *mood booster* selama penyusunan tesis ini.

11. *My father and mother-in-law and brother-in-law in India and America, I love you, thank you for everything you have done for me and my family here.*
12. Teman-teman Magister Administrasi Bisnis 2019 Albert, Ainun, Lutfi, Widya Karina yang saling mendukung dan berbagi ilmu selama perkuliahan sampai akhir perkuliahan dan sampai masing – masing dari kita akhirnya dapat menyelesaikan tesis ini, semoga dimasa depan kita menjadi orang – orang yang sukses dan dermawan.
13. Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan keluarga besar tersayang.

Penulis juga berharap masukan, kritik yang bersifat membangun kesempurnaan Tesis ini, karena penulis sadar bahwa Tesis ini jauh dari kesempurnaan. Akhirnya, semoga Tesis ini bermanfaat bagi kita semua, Aamiin Ya Rabbal Alamiin.

Banjarmasin, September 2023

**Penulis**

Arum Dwi Mida Rahayu

## DAFTAR ISI

|                                                                                                                    |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL                                                                                                      |      |
| ABSTRAK .....                                                                                                      | i    |
| ABSTRACT.....                                                                                                      | iii  |
| KATA PENGANTAR .....                                                                                               | v    |
| DAFTAR ISI.....                                                                                                    | viii |
| DAFTAR TABEL .....                                                                                                 | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                                                | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                                                              | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                                                            | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                                                            | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                                                                        | 10   |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                                                                            | 12   |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....                                                                                      | 12   |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....                                                                                     | 13   |
| 1.3.2.1 Manfaat Teoritis .....                                                                                     | 13   |
| 1.3.2.2 Manfaat Praktis.....                                                                                       | 13   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                                                                       | 14   |
| 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....                                                                                | 14   |
| 2.2 Tinjauan Teori.....                                                                                            | 27   |
| 2.2.1 Pengertian Pemasaran .....                                                                                   | 27   |
| 2.2.2 Konsep Pemasaran <i>Holistik</i> .....                                                                       | 28   |
| 2.2.2.1 Internal Marketing .....                                                                                   | 29   |
| 2.2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran .....                                                                         | 30   |
| 2.2.4 Pengertian Strategi Program <i>Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability (CHSE)</i> ..... | 32   |
| 2.2.5 Perilaku Konsumen .....                                                                                      | 47   |
| 2.2.5.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....                                                           | 52   |
| 2.2.5.2 Model Perilaku Konsumen .....                                                                              | 55   |
| 2.2.6 <i>Store Atmosphere</i> .....                                                                                | 57   |
| 2.2.6.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....                                                                   | 57   |
| 2.2.6.2 Dimensi <i>Store Atmosphere</i> .....                                                                      | 59   |
| 2.2.6.3 Desain <i>Layout</i> atau Tata Letak Fasilitas.....                                                        | 64   |
| 2.2.6.3.1 Pengertian <i>Layout</i> atau Tata Letak Fasilitas .....                                                 | 64   |
| 2.2.6.3.4 Komponen <i>Layout</i> atau Tata Letak .....                                                             | 70   |
| 2.2.6.3.5 Parameter <i>Layout</i> atau Tata Letak.....                                                             | 71   |
| 2.2.6.3.6 Manfaat <i>Layout</i> atau Tata Letak .....                                                              | 75   |
| 2.2.6.3.7 Faktor yang mempengaruhi <i>Layout</i> atau Tata Letak .....                                             | 75   |
| 2.2.6.4 Peubah Insani atau <i>Human Variable</i> (Variabel Manusia) ..                                             | 76   |
| 2.2.6.4.1 Pengertian Peubah Insani / Manusia .....                                                                 | 76   |
| 2.2.6.4.2 Manusia dalam Berbagai Perspektif.....                                                                   | 79   |
| 2.2.6.4.3 Kerumunan ( <i>Crowd</i> ).....                                                                          | 88   |

|                                                                                                                                                                               |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.2.7 Keputusan Pembelian .....                                                                                                                                               | 95         |
| 2.2.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....                                                                                                                                  | 95         |
| 2.2.7.2 Jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....                                                                                                                              | 97         |
| 2.2.7.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ..                                                                                                                | 98         |
| 2.2.7.4 Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian .....                                                                                                                           | 102        |
| 2.2.8. Kepuasan Pelanggan.....                                                                                                                                                | 110        |
| 2.2.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....                                                                                                                                    | 110        |
| 2.2.8.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....                                                                                                                                       | 113        |
| 2.2.8.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....                                                                                                                                    | 115        |
| 2.2.8.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....                                                                                                              | 116        |
| 2.2.8.5 Indikator Kepuasan Pelanggan.....                                                                                                                                     | 119        |
| 2.2.9 Pengaruh <i>Layout</i> atau Tata Letak Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan pelanggan .....                                                              | 120        |
| 2.2.10 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan ...                                                                                                           | 127        |
| 2.3 Model Penelitian.....                                                                                                                                                     | 127        |
| 2.4 Hipotesis penelitian.....                                                                                                                                                 | 128        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                                                                                                                                         | <b>131</b> |
| 3.1 Pendekatan Penelitian .....                                                                                                                                               | 131        |
| 3.2 Tipe Penelitian .....                                                                                                                                                     | 131        |
| 3.3 Lokasi Penelitian .....                                                                                                                                                   | 132        |
| 3.4 Populasi dan Sampel.....                                                                                                                                                  | 132        |
| 3.4.1 Populasi.....                                                                                                                                                           | 132        |
| 3.4.2 Sampel .....                                                                                                                                                            | 132        |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel .....                                                                                                                                       | 133        |
| 3.7 Teknik Penentuan Skor.....                                                                                                                                                | 139        |
| 3.8 Teknik Analisa Data .....                                                                                                                                                 | 141        |
| 3.8.1 Tabulasi Data.....                                                                                                                                                      | 141        |
| 3.8.2 Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Reliabilitas) .....                                                                                                                | 143        |
| 3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                                                                                 | 144        |
| 3.8.5 Teknik Uji Hipotesis.....                                                                                                                                               | 151        |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN.....</b>                                                                                                                           | <b>161</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Kota Banjarmasin.....                                                                                                                                       | 161        |
| 4.2 Gambaran Umum Kota Banjarbaru.....                                                                                                                                        | 163        |
| 4.3 Bisnis Kuliner di Kota Banjarmasin dan di Kota Banjarbaru.....                                                                                                            | 166        |
| <b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                                                                            | <b>168</b> |
| 5.1 Hasil Penelitian .....                                                                                                                                                    | 168        |
| 5.1.1 Karakteristik Responden.....                                                                                                                                            | 168        |
| 5.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....                                                                                                         | 173        |
| 5.1.3 Distribusi Variabel Penelitian.....                                                                                                                                     | 175        |
| 5.1.4 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                                                                                 | 198        |
| 5.1.5 Hasil Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....                                                                                                                     | 203        |
| 5.1.6 Uji Hipotesis.....                                                                                                                                                      | 207        |
| 5.2 Pembahasan .....                                                                                                                                                          | 218        |
| 5.2.1 Pengaruh desain tata letak fasilitas terhadap keputusan pembelian produk rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru di masa pandemi covid-19 ..... | 219        |

|                      |                                                                                                                                                                                                                  |     |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.2.2                | Pengaruh peubah insani terhadap keputusan pembelian produk rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru di masa pandemi covid-19. ....                                                        | 222 |
| 5.2.3                | Pengaruh desain tata letak fasilitas terhadap kepuasan pelanggan rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru dalam masa pandemi covid-19.....                                                | 225 |
| 5.2.4                | Pengaruh peubah insani terhadap kepuasan pelanggan rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru dalam masa pandemi covid-19. ....                                                             | 228 |
| 5.2.5                | Pengaruh keputusan pembelian produk terhadap kepuasan pelanggan rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru dalam masa pandemi covid-19.....                                                 | 232 |
| 5.2.6                | Pengaruh mediasi keputusan pembelian produk pada pengaruh desain tata letak fasilitas terhadap kepuasan pelanggan rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru di masa pandemi covid-19. .... | 233 |
| 5.2.7                | Pengaruh mediasi keputusan pembelian produk pada pengaruh peubah insani terhadap kepuasan pelanggan rumah makan dan minuman di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru dalam masa pandemi covid-19. ....            | 235 |
| 5.3                  | Keterbatasan Penelitian.....                                                                                                                                                                                     | 236 |
| BAB VI PENUTUP ..... |                                                                                                                                                                                                                  | 238 |
| 1.1                  | Simpulan .....                                                                                                                                                                                                   | 238 |
| 1.2                  | Saran .....                                                                                                                                                                                                      | 239 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... |                                                                                                                                                                                                                  | 240 |
| LAMPIRAN             |                                                                                                                                                                                                                  |     |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu .....                                      | 14  |
| Tabel 2. 2. Klasifikasi Dimensi Store Atmosphere.....                       | 59  |
| Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....                                        | 136 |
| Tabel 4. 1 Luas Daerah Kecamatan Banjarmasin .....                          | 161 |
| Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk Banjarmasin.....                                 | 162 |
| Tabel 4. 3 Jumlah Restoran dan Minuman di Banjarmasin dan Banjarbaru.....   | 167 |
| Tabel 5. 1. Jenis Kelamin Responden .....                                   | 168 |
| Tabel 5. 2. Usia Responden.....                                             | 169 |
| Tabel 5. 3. Pendidikan Terakhir Responden .....                             | 170 |
| Tabel 5. 4. Pekerjaan Responden .....                                       | 171 |
| Tabel 5. 5 Pendapatan Tiap Bulan Responden.....                             | 172 |
| Tabel 5. 6. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....                  | 173 |
| Tabel 5. 7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....                | 175 |
| Tabel 5. 8. Rata-Rata Variabel Desain Tata Letak.....                       | 176 |
| Tabel 5. 9. Statistik Deskriptif Variabel Desain Tata Letak Fasilitas ..... | 178 |
| Tabel 5. 10. Distribusi Frekuensi Desain Tata Letak Fasilitas .....         | 179 |
| Tabel 5. 11. Kelompok Skor Desain Tata Letak Fasilitas.....                 | 181 |
| Tabel 5. 12. Rata-Rata Variabel Peubah Insani .....                         | 182 |
| Tabel 5. 13. Statistik Deskriptif Variabel Peubah Insani .....              | 184 |
| Tabel 5. 14. Distribusi Frekuensi Peubah Insani.....                        | 185 |
| Tabel 5. 15. Kelompok Skor Peubah Insani.....                               | 187 |
| Tabel 5. 16. Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian.....                    | 188 |

|                                                                                                                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 5. 17. Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....                                                                                               | 190 |
| Tabel 5. 18. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....                                                                                                       | 191 |
| Tabel 5. 19. Kelompok Skor Keputusan Pembelian .....                                                                                                              | 193 |
| Tabel 5. 20. Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan .....                                                                                                          | 194 |
| Tabel 5. 21 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....                                                                                                | 195 |
| Tabel 5. 22. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan.....                                                                                                         | 196 |
| Tabel 5. 23. Kelompok Skor Kepuasan Pelanggan.....                                                                                                                | 197 |
| Tabel 5. 24. Hasil Uji Normalitas Residual Data.....                                                                                                              | 199 |
| Tabel 5. 25. Hasil Uji Multikolinieritas .....                                                                                                                    | 199 |
| Tabel 5. 26. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                                                                                                  | 201 |
| Tabel 5. 27. Hasil Uji Linieritas.....                                                                                                                            | 202 |
| Tabel 5. 28. Hasil Analisis Jalur Persamaan Substruktural 1 dan Analisis Jalur<br>Persamaan Substruktural 2.....                                                  | 203 |
| Tabel 5. 29 Ringkasan Nilai Signifikansi .....                                                                                                                    | 208 |
| Tabel 5. 30. Hasil Uji Pengaruh Mediasi variabel Desain Tata Letak Fasilitas (X1)<br>ke variabel Kepuasan Pelanggan (Y2) melalui Keputusan Pelanggan<br>(Y1)..... | 214 |
| Tabel 5. 31. Hasil Uji Pengaruh Mediasi variabel Peubah Insani (X1) ke variabel<br>Kepuasan Pelanggan (Y2) melalui Keputusan Pelanggan (Y1) ....                  | 217 |
| Tabel 5. 32. Ringkasan Hasil Penelitian .....                                                                                                                     | 218 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                                              |                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Gambar 2. 1 Holistic Marketing Dimention .....                                                                                                               | 29                                  |
| Gambar 2. 5. <i>Odd-Angel</i> (bentuk-U).....                                                                                                                | 73                                  |
| Gambar 2. 6. <i>Circular</i> (lingkaran) .....                                                                                                               | 74                                  |
| Gambar 2. 7. Tipe Perilaku Keputusan Pembelian .....                                                                                                         | 97                                  |
| Gambar 2. 8. Proses Keputusan Pembelian .....                                                                                                                | 106                                 |
| Gambar 2. 9. Model Penelitian .....                                                                                                                          | 128                                 |
| Gambar 3. 2. Diagram jalur persamaan struktural 1.....                                                                                                       | 149                                 |
| Gambar 3. 3. Diagram jalur persamaan struktur 2 .....                                                                                                        | 150                                 |
| Gambar 3. 4. Konsep Uji Sobel .....                                                                                                                          | 157                                 |
| Gambar 5. 1. Histogram Desain Tata Letak Fasilitas (X1).....                                                                                                 | 180                                 |
| Gambar 5. 2 Histogram Peubah Insani (X2).....                                                                                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 5. 3 Histogram Keputusan Pembelian (Y1) .....                                                                                                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 5. 4 Histogtam Kepuasan Pelanggan (Y2) .....                                                                                                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 5. 5. Jalur Persamaan Substruktural 1 ..                                                                                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 5. 6. Jalur Persamaan Substruktural 2 ..                                                                                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 5. 7. Model Mediasi Desain Tata Letak Fasilitas (X1) Terhadap<br>Kepuasan Pelanggan (Y2) Melalui Keputusan Pembelian<br>(Y1) .....                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 5. 8. Hasil Sobel Test Online Pengaruh Desain Tata Letak Fasilitas<br>(X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y2) Melalui Keputusan<br>Pembelian (Y1) ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 5. 9. Model Mediasi Peubah Insani (X1) Terhadap Kepuasan<br>Pelanggan (Y2) Melalui Keputusan Pembelian (Y1) .....                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

Gambar 5. 10. Hasil Sobel Test Online Pengaruh Peubah Insani (X2) Terhadap  
Kepuasan Pelanggan (Y2) Melalui Keputusan Pembelian (Y1)  
.....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Rekapitulasi Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 4. Normalitas Data
- Lampiran 5. Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Linieritas
- Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi
- Lampiran 9. Tabel t
- Lampiran 10. Tabel F
- Lampiran 11. Tabel r
- Lampiran 12. Lampiran Data Rumah Makan Dan Minuman
- Lampiran 13. Foto-Foto Rumah Makan Dan Minuman
- Lampiran 14. Foto-Foto Penelitian