

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Data Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para *followers* dan yang pernah melakukan pembelian *online* pada akun instagram @amenkgallery sebanyak 100 orang responden, berikut hasil data responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan perbulan, apakah pengguna instagram, apakah *followers* akun instagram @amenkgallery, apakah pernah melakukan pembelian di Amang Amenk gallery dan berapa kali melakukan pembelian di Amang Amenk gallery, berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	82	82.00
Perempuan	18	18.00
Total	100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel jenis kelamin responden di atas, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden merupakan laki-laki yaitu sebanyak 82 orang (82.00%), sementara jumlah terkecil responden merupakan perempuan sebanyak 18 orang (18.00%).

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
<30 tahun	1	1.00
31-35 tahun	14	14.00
36-40 tahun	63	63.00
41-45 tahun	12	12.00
45-50 tahun	8	8.00
>50 tahun	2	2.00
Total	100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel usia responden di atas, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden berusia antara 36-40 tahun sebanyak 63 orang (63.00%), sementara jumlah terkecil responden berusia <30 tahun sebanyak 1 orang (1.00%)

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP	1	1.00
SMA	3	3.00
Diploma	22	22.00
Sarjana	37	37.00
Magister	34	34.00
Doktoral	3	3.00
Total	100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel pendidikan terakhir responden di atas, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir sarjana sebanyak 37 orang (37.00%), sementara jumlah terkecil responden memiliki pendidikan terakhir SMP sebanyak 1 orang (1.00%).

Tabel 4.4
Pendapatan Perbulan Responden

Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase
<2 juta	3	3.00
2.1-3 juta	17	17.00
3.1-4 juta	44	44.00
4.1-5 juta	22	22.00
5 juta	14	14.00
Total	100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel pendapatan perbulan responden di atas, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden memiliki pendapatan perbulan sebesar 3.1-4 juta sebanyak 44 orang (44.00%), sementara jumlah terkecil responden memiliki pendapatan perbulan sebesar <2 juta sebanyak 3 orang (3.00%).

Tabel 4.5
Apakah Anda Pengguna Instagram

Apakah anda pengguna Instagram	Frekuensi	Persentase
Ya	100	100.00
Tidak	0	0.00
Total	100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan pernyataan apakah anda pengguna instagram, diperoleh hasil bahwa seluruh responden sebanyak 100 orang (100.00%) merupakan pengguna instagram.

Tabel 4.6
Apakah Anda *Followers* Akun Instagram @amenkgallery ?

Apakah Anda <i>followers</i> akun instagram @amenkgallery ?	Frekuensi	Persentase
Ya	100	100.00
Tidak	0	0.00
Total	100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan pernyataan apakah anda *followers* akun instagram @amenkgallery ?, diperoleh hasil bahwa seluruh responden sebanyak 100 orang (100.00%) merupakan *followers* akun instagram @amenkgallery.

Tabel 4.7
Apakah Anda Pernah Melakukan Pembelian di Amang Amenk gallery ?

Apakah Anda pernah melakukan pembelian di Amang Amenk gallery ?	Frekuensi	Persentase
Ya, Pernah	100	100.00
Tidak Pernah	0	0.00
Total	100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan pernyataan apakah anda pernah melakukan pembelian di Amang Amenk gallery ?, diperoleh hasil bahwa seluruh responden sebanyak 100 orang (100.00%) pernah melakukan pembelian di Amang Amenk gallery.

Tabel 4.8
Berapa Kali Anda Melakukan Pembelian di Amang Amenk gallery ?

Berapa kali anda melakukan pembelian di Amang Amenk gallery ?	Frekuensi	Persentase
1-3 kali	47	47.00
> 3 kali	53	53.00
Total	100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan pernyataan berapa kali anda melakukan pembelian di Amang Amenk gallery ?, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden pernah >3 kali sebanyak 53 orang (53.00%) melakukan pembelian di Amang Amenk gallery, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 47 orang (47.00%) pernah 1-3 kali melakukan pembelian di Amang Amenk gallery.

4.2 Uji Validitas dan Realibilitas

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Validitas sebagai salah satu derajat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen mengenai isi pertanyaan (Sugiyono, 2013:177). Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *pearson product moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika negatif maka item tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuisisioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan.

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2013:177) dan jika koefisien korelasi *product moment*. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0.3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil uji validitas kuesioner pada masing-masing variabel, sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Toko *Offline*

No Item Pertanyaan	Koefesien Validitas	R-Kritis	Keterangan
1.	0.503	0.300	Valid
2.	0.331	0.300	Valid
3.	0.740	0.300	Valid
4.	0.674	0.300	Valid
5.	0.744	0.300	Valid
6.	0.450	0.300	Valid
7.	0.388	0.300	Valid
8.	0.440	0.300	Valid
9.	0.364	0.300	Valid
10.	0.316	0.300	Valid
11.	0.435	0.300	Valid
12.	0.595	0.300	Valid
13.	0.678	0.300	Valid
14.	0.451	0.300	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas pada variabel toko *offline* yang terdiri dari 14 item pernyataan, memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari 0.300, sehingga dapat dinyatakan valid, selanjutnya pada variabel kepercayaan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

No Item Pernyataan	Koefesien Validitas	R-Kritis	Keterangan
1.	0.872	0.300	Valid
2.	0.817	0.300	Valid
3.	0.702	0.300	Valid
4.	0.745	0.300	Valid
5.	0.827	0.300	Valid
6.	0.830	0.300	Valid
7.	0.702	0.300	Valid
8.	0.745	0.300	Valid
9.	0.839	0.300	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas pada variabel kepercayaan yang terdiri dari 9 item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari 0.300, sehingga dapat dinyatakan valid.

4.2.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah instrument yang dipakai reliable atau tidak, maksud dari *reliable* adalah jika instrument tersebut diujikan berulang-ulang maka hasilnya akan sama. Menurut Sugiyono (2013: 182), bahwa "reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama". Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *alpha cronbach*. Untuk mengetahui suatu instrumen dinyatakan reliabilitas, menurut "Jika koefisien *cronbach alpha* kurang dari 0.60 dianggap buruk, reliabilitas dalam kisaran 0.70 dapat diterima, dan reliabilitas yang melebihi 0.80 adalah baik.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil uji realibilitas kuesioner pada masing-masing variabel, sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Realibilitas Variabel Penelitian

Variabel	Koefesien Realibilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Toko <i>Offline</i>	0.782	0.700	Realibel
Kepercayaan	0.923	0.700	Realibel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel, diperoleh hasil kedua variabel memiliki nilai koefesien realibilitas diatas 0.700, sehingga hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kedua variabel tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabelnya.

4.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian

Menurut Sugyiono (2013: 53) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Teknik analisis dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus dari sudjana, (2002:91) yang telah dipaparkan pada bab III.

4.3.1 Analisis Deskriptif mengenai Variabel Toko *Offline*

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai toko *offline* maka, peneliti membagi kedalam 4 sub variabel yaitu *eksterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*, berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil masing-masing sub variabel sebagai berikut.

4.3.1.1 Analisis Deskriptif mengenai *Eksterior*

Sub variabel pertama pada variabel toko *offline* adalah *eksterior* yang terdiri dari 3 item pernyataan, berikut hasil tanggapan responden pada item-item pernyataan pada *eksterior* tersebut.

Tabel 4.12

Logo Toko Amang Amenk Gallery Terlihat Sangat Jelas

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	18	18.00
Setuju (S)	4	35	35.00
Kurang Setuju (KS)	3	24	24.00
Tidak Setuju (TS)	2	20	20.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	3.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "logo toko Amang Amenk gallery terlihat sangat jelas", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 35 orang (35.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 3 orang (3.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.13
Pintu Masuk pada Amang Amenk Gallery Luas,
sehingga Memudahkan Akses Masuk

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	16	16.00
Setuju (S)	4	39	39.00
Kurang Setuju (KS)	3	30	30.00
Tidak Setuju (TS)	2	13	13.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	2	2.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "pintu masuk pada Amang Amenk gallery luas, sehingga memudahkan akses masuk", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 39 orang (39.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 2 orang (2.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.14
Desain Ruang Toko Amang Amenk gallery
Mampu Meningkatkan Daya Tarik Toko

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	20	20.00
Setuju (S)	4	38	38.00
Kurang Setuju (KS)	3	15	15.00
Tidak Setuju (TS)	2	22	22.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	5.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "desain ruangan toko Amang Amenk gallery mampu meningkatkan daya tarik toko", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 38 orang (38.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 5 orang (5.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Sementara untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden secara keseluruhan mengenai sub variabel *ekterior*, maka akan dilakukan perhitungan dengan cara menjumlahkan 3 skor item pernyataan pada sub variabel *ekterior*, kemudian dicari panjang intervalnya.

Skor terbesar pada sub variabel *ekterior* adalah sebesar 14, sementara skor terkecil adalah sebesar 3, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$c = \frac{14 - 3}{3} = 3.67$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada sub variabel *ekterior*, adalah sebagai berikut:

Jumlah skor 3 – 6.66 : Kurang

Jumlah skor 6.67 – 10.33 : Cukup

Jumlah skor 10.34 – 14 : Baik

Berdasarkan hasil interval skor diatas, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Persepsi Responden mengenai Eksterior

Item	Kategori	F	Perhitungan	Persentase
<i>Eksterior</i>	Baik	49	$f / \Sigma n \times 100\%$	49.00
	Cukup	47	$f / \Sigma n \times 100\%$	47.00
	Kurang	4	$f / \Sigma n \times 100\%$	4.00
Total		100	$f / \Sigma n \times 100\%$	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 49 orang (49.00%) menyatakan bahwa *eksterior* Amang Amenk gallery berada pada kategori baik, sementara jumlah terkecil sebanyak 4 orang (4.00%) responden menyatakan *eksterior* Amang Amenk gallery berada pada kategori kurang baik, sehingga dari hasil tanggapan responden tersebut dapat dinyatakan bahwa *eksterior toko* Amang Amenk gallery adalah baik.

4.3.1.2 Analisis Deskriptif mengenai *General Interior*

Sub variabel kedua pada variabel toko *offline* adalah *general interior* yang terdiri dari 4 item pernyataan, berikut hasil tanggapan responden pada item-item pernyataan pada *general interior* tersebut.

Tabel 4.16
Pencahayan Ruangan Toko Amang Amenk gallery
Meningkatkan Daya Tarik Toko

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	19	19.00
Setuju (S)	4	29	29.00
Kurang Setuju (KS)	3	30	30.00
Tidak Setuju (TS)	2	17	17.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	5.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "pencahayaan ruangan toko Amang Amenk gallery meningkatkan daya tarik toko", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 30 orang (30.00%) menyatakan kurang setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 5 orang (5.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.17
Desain Warna Toko Amang Amenk Gallery,
membuat Saya Nyaman Berada didalamnya

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	20	20.00
Setuju (S)	4	37	37.00
Kurang Setuju (KS)	3	15	15.00
Tidak Setuju (TS)	2	23	23.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	5.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "desain warna toko Amang Amenk gallery, membuat saya nyaman berada didalamnya", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 37 orang (37.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 5 orang (5.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.18
Musik yang dimainkan di Toko Amang Amenk gallery,
membuat Saya Merasa Nyaman berada didalamnya

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	14	14.00
Setuju (S)	4	56	56.00
Kurang Setuju (KS)	3	28	28.00
Tidak Setuju (TS)	2	0	0.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	2	2.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "musik yang dimainkan di toko Amang Amenk gallery, membuat saya merasa nyaman berada didalamnya ", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 56 orang (56.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 2 orang (2.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.19
Aroma Ruangan Toko Amang Amenk Gallery Harum

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	4	4.00
Setuju (S)	4	54	54.00
Kurang Setuju (KS)	3	32	32.00
Tidak Setuju (TS)	2	10	10.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "aroma ruangan toko Amang Amenk gallery harum", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 54 orang (54.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 4 orang (4.00%) menyatakan sangat setuju.

Sementara untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden secara keseluruhan mengenai sub variabel *general interior*, maka akan dilakukan perhitungan dengan cara menjumlahkan 4 skor item pernyataan pada sub variabel *general interior*, kemudian dicari panjang intervalnya.

Skor terbesar pada sub variabel *general interior* adalah sebesar 19, sementara skor terkecil adalah sebesar 6, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$c = \frac{19 - 6}{3} = 4.33$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada sub variabel *general interior*, adalah sebagai berikut:

Jumlah skor 6 – 10.32 : Kurang

Jumlah skor 10.33 – 14.65 : Cukup

Jumlah skor 14.66 – 19 : Baik

Berdasarkan hasil interval skor diatas, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.20
Persepsi Responden mengenai *General Interior*

Item	Kategori	F	Perhitungan	Persentase
<i>General Interior</i>	Baik	50	$f / \Sigma n \times 100\%$	50.00
	Cukup	40	$f / \Sigma n \times 100\%$	40.00
	Kurang	10	$f / \Sigma n \times 100\%$	10.00
Total		100	$f / \Sigma n \times 100\%$	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 50 orang (50.00%) menyatakan bahwa *general interior* Amang Amenk gallery berada pada kategori baik, sementara jumlah terkecil sebanyak 10 orang (10.00%) responden menyatakan *general interior* Amang Amenk gallery berada pada kategori kurang baik, sehingga dari

hasil tanggapan responden tersebut dapat dinyatakan bahwa *general interior* toko Amang Amenk gallery adalah baik.

4.3.1.3 Analisis Deskriptif mengenai *Store Layout*

Sub variabel ketiga pada variabel toko *offline* adalah *store layout* yang terdiri dari 4 item pernyataan, berikut hasil tanggapan responden pada item-item pernyataan pada *general interior* tersebut.

Tabel 4.21

Pemasangan Tanda Petunjuk di Amang Amenk gallery Mempermudah Saya dalam Mencari Lokasi Tempat dan Produk yang Saya Inginkan

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	17	17.00
Setuju (S)	4	34	34.00
Kurang Setuju (KS)	3	23	23.00
Tidak Setuju (TS)	2	22	22.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "pemasangan tanda petunjuk di Amang Amenk gallery mempermudah saya dalam mencari lokasi tempat dan produk yang saya inginkan", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 34 orang (34.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 4 orang (4.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.22
Adanya Ruang untuk Berinteraksi antara Karyawan dan Pembeli di Amang Amenk Gallery

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	18	18.00
Setuju (S)	4	38	38.00
Kurang Setuju (KS)	3	27	27.00
Tidak Setuju (TS)	2	14	14.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	3.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "adanya ruangan untuk berinteraksi antara karyawan dan pembeli di Amang Amenk gallery", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 38 orang (38.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 3 orang (3.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.23
Adanya Ruang Tunggu atau Tempat Bersantai yang disediakan Amang Amenk gallery

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	24	24.00
Setuju (S)	4	34	34.00
Kurang Setuju (KS)	3	15	15.00
Tidak Setuju (TS)	2	22	22.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	5.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "adanya ruangan tunggu atau tempat bersantai yang disediakan Amang Amenk gallery", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 34 orang (34.00%) menyatakan setuju,

sementara jumlah terkecil responden sebanyak 5 orang (5.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.24
Adanya Penataan Khusus untuk Produk-Produk Terbaru
Amang Amenk gallery

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	19	19.00
Setuju (S)	4	34	34.00
Kurang Setuju (KS)	3	25	25.00
Tidak Setuju (TS)	2	19	19.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	3.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "adanya penataan khusus untuk produk-produk terbaru Amang Amenk gallery", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 34 orang (34.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 3 orang (3.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Sementara untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden secara keseluruhan mengenai sub variabel *store layout*, maka akan dilakukan perhitungan dengan cara menjumlahkan 4 skor item pernyataan pada sub variabel *store layout*, kemudian dicari panjang intervalnya.

Skor terbesar pada sub variabel *store layout* adalah sebesar 19, sementara skor terkecil adalah sebesar 4, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$c = \frac{19 - 4}{3} = 5.00$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada sub variabel *store layout*, adalah sebagai berikut:

Jumlah skor 4 – 8.99 : Kurang

Jumlah skor 9.00 – 13.99 : Cukup

Jumlah skor 14.00 – 19 : Baik

Berdasarkan hasil interval skor di atas, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.25
Persepsi Responden mengenai *Store Layout*

Item	Kategori	F	Perhitungan	Persentase
<i>Store Layout</i>	Baik	53	$f / \Sigma n \times 100\%$	53.00
	Cukup	42	$f / \Sigma n \times 100\%$	42.00
	Kurang	6	$f / \Sigma n \times 100\%$	6.00
Total		100	$f / \Sigma n \times 100\%$	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 53 orang (53.00%) menyatakan bahwa *store layout* Amang Amenk gallery berada pada kategori baik, sementara jumlah terkecil sebanyak 6 orang (6.00%) responden menyatakan *store layout* Amang Amenk gallery berada pada kategori kurang baik, sehingga dari hasil tanggapan responden tersebut dapat dinyatakan bahwa *store layout* Amang Amenk gallery adalah baik.

4.3.1.4 Analisis Deskriptif mengenai *Interior Display*

Sub variabel ketiga pada variabel toko *offline* adalah *interior display* yang terdiri dari 3 item pernyataan, berikut hasil tanggapan responden pada item-item pernyataan pada *interior display* tersebut.

Tabel 4.26
Sangat Mudah Menjangkau Produk-Produk yang dibutuhkan
di Amang Amenk gallery

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	14	14.00
Setuju (S)	4	39	39.00
Kurang Setuju (KS)	3	25	25.00
Tidak Setuju (TS)	2	18	18.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "sangat mudah menjangkau produk-produk yang dibutuhkan di Amang Amenk gallery", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 39 orang (39.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 4 orang (4.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.27
Jarak antara Display Produk-Produk, Memudahkan Pembeli
untuk Mendapatkannya

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	17	17.00
Setuju (S)	4	31	31.00
Kurang Setuju (KS)	3	30	30.00
Tidak Setuju (TS)	2	17	17.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	5.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "jarak antara display produk-produk, memudahkan pembeli untuk mendapatkannya ", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 31 orang (31.00%) menyatakan setuju, sementara

jumlah terkecil responden sebanyak 5 orang (5.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.28
Penataan Display di Amang Amenk Gallery Sangat Menarik

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	15	15.00
Setuju (S)	4	55	55.00
Kurang Setuju (KS)	3	27	27.00
Tidak Setuju (TS)	2	0	0.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	3.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "penataan display di Amang Amenk gallery sangat menarik", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 55 orang (55.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 3 orang (3.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Sementara untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden secara keseluruhan mengenai sub variabel *interior display*, maka akan dilakukan perhitungan dengan cara menjumlahkan 3 skor item pernyataan pada sub variabel *interior display*, kemudian dicari panjang intervalnya.

Skor terbesar pada sub variabel *interior display* adalah sebesar 15, sementara skor terkecil adalah sebesar 4, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$c = \frac{15 - 4}{3} = 3.67$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada sub variabel *interior display*, adalah sebagai berikut:

Jumlah skor 4 – 7.66 : Kurang

Jumlah skor 7.67 – 11.33 : Cukup

Jumlah skor 11.34 – 15 : Baik

Berdasarkan hasil interval skor diatas, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.29
Persepsi Responden mengenai *Interior Display*

Item	Kategori	F	Perhitungan	Persentase
<i>Interior Display</i>	Baik	42	$f / \Sigma n \times 100\%$	42.00
	Cukup	50	$f / \Sigma n \times 100\%$	50.00
	Kurang	8	$f / \Sigma n \times 100\%$	8.00
Total		100	$f / \Sigma n \times 100\%$	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 50 orang (50.00%) menyatakan bahwa *interior display* Amang Amenk gallery berada pada kategori cukup baik, sementara jumlah terkecil sebanyak 8 orang (8.00%) responden menyatakan *interior display* Amang Amenk gallery berada pada kategori kurang baik, sehingga dari hasil tanggapan responden tersebut dapat dinyatakan bahwa *interior display* Amang Amenk gallery adalah cukup baik.

4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Pembeli *Online*

Variabel kepercayaan terdiri dari 9 item pernyataan, berikut hasil tanggapan responden pada item-item pernyataan pada variabel kepercayaan tersebut.

Tabel 4.30
Saya Percaya bahwa Pemilik Amang Amenk Gallery dan Karyawannya,
Mampu Memberikan Pelayanan dan Perilaku yang Baik kepada
Para Pembeli

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	19	19.00
Setuju (S)	4	28	28.00
Kurang Setuju (KS)	3	32	32.00
Tidak Setuju (TS)	2	17	17.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "saya percaya bahwa pemilik amang amenk gallery dan karyawannya, mampu memberikan pelayanan dan perilaku yang baik kepada para pembeli", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 32 orang (32.00%) menyatakan kurang setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 4 orang (4.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.31
Saya Merasa bahwa Pemilik Amang Amenk Gallery dan Karyawannya
memiliki Itikad Baik, mengutamakan Kejujuran saat Layanan Bertansaksi
dengan Pembeli

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	16	16.00
Setuju (S)	4	33	33.00
Kurang Setuju (KS)	3	24	24.00
Tidak Setuju (TS)	2	23	23.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "saya merasa bahwa pemilik amang amenk gallery dan karyawannya memiliki itikad baik, mengutamakan kejujuran saat layanan

bertansaksi dengan pembeli", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 33 orang (33.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 4 orang (4.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.32
Dengan Akun Instagram dan Adanya Toko, Amang Amenk Gallery Mampu Memberikan Keyakinan serta Kepercayaan mengenai Produknya kepada Para Pembeli

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	17	17.00
Setuju (S)	4	41	41.00
Kurang Setuju (KS)	3	28	28.00
Tidak Setuju (TS)	2	11	11.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	3.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "dengan akun instagram dan adanya toko, amang amenk gallery mampu memberikan keyakinan serta kepercayaan mengenai produknya kepada para pembeli", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 41 orang (35.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 3 orang (3.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.33
Amang Amenk gallery Mampu Memberikan Kepuasan kepada Para Pembeli dengan Adanya Produk-Produk yang berkualitas dan Sesuai dengan Promosinya

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	24	24.00
Setuju (S)	4	34	34.00
Kurang Setuju (KS)	3	20	20.00
Tidak Setuju (TS)	2	19	19.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	3.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "amang amenk gallery mampu memberikam kepuasan kepada para pembeli dengan adanya produk-produk yang berkualitas dan sesuai dengan promosinya", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 34 orang (34.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 3 orang (3.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.34

Adanya Rasa Aman dan Kemudahan yang diberikan oleh Amang Amenk Gallery saat Pembeli Melakukan Transaksi Pembelian

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	19	19.00
Setuju (S)	4	26	26.00
Kurang Setuju (KS)	3	31	31.00
Tidak Setuju (TS)	2	20	20.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "adanya rasa aman dan kemudahan yang diberikan oleh Amang Amenk gallery saat pembeli melakukan transaksi pembelian", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 31 orang (31.00%) menyatakan kurang setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 4 orang (4.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.35
Harga Produk yang dijual pada Amang Amenk gallery, Sesuai dengan Keterangan di Instagram dan di Toko

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	16	16.00
Setuju (S)	4	34	34.00
Kurang Setuju (KS)	3	23	23.00
Tidak Setuju (TS)	2	23	23.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "harga produk yang dijual pada amang amenk gallery, sesuai dengan keterangan diinstagram dan di toko", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 34 orang (34.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 4 orang (4.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.36
Saya Merasa bahwa Amang Amenk Gallery, Mampu Memberikan Jaminan atas Transaksi Barang yang telah disepakati Bersama

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	17	17.00
Setuju (S)	4	41	41.00
Kurang Setuju (KS)	3	28	28.00
Tidak Setuju (TS)	2	11	11.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	3.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "saya merasa bahwa amang amenk gallery, mampu memberikan jaminan atas transaksi barang yang telah disepakati bersama", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 41 orang

(41.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 3 orang (3.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.37
Adanya Ketergantungan dari Para Pembeli terhadap Produk-Produk yang ditawarkan oleh Amang Amenk gallery

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	24	24.00
Setuju (S)	4	34	34.00
Kurang Setuju (KS)	3	20	20.00
Tidak Setuju (TS)	2	19	19.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	3.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "adanya ketergantungan dari para pembeli terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh amang amenk gallery", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 34 orang (34.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 3 orang (3.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.38
Kesediaan dari Para Pembeli untuk Menunggu bila, terjadi Kesalahan dalam Transaksi Pembelian, baik di Akun Instagram maupun Toko Amang Amenk gallery

Keterangan	Bobot	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	5	18	18.00
Setuju (S)	4	25	25.00
Kurang Setuju (KS)	3	34	34.00
Tidak Setuju (TS)	2	19	19.00
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4.00
Jumlah		100	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan "kesediaan dari para pembeli untuk menunggu bila, terjadi kesalahan dalam transaksi pembelian, baik di akun instagram maupun toko

Amang Amenk gallery", diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 34 orang (34.00%) menyatakan setuju, sementara jumlah terkecil responden sebanyak 4 orang (4.00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Sementara untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden secara keseluruhan mengenai variabel kepercayaan, maka akan dilakukan perhitungan dengan cara menjumlahkan 9 skor item pernyataan pada variabel kepercayaan, kemudian dicari panjang intervalnya.

Skor terbesar pada variabel kepercayaan adalah sebesar 45, sementara skor terkecil adalah sebesar 9, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$c = \frac{45 - 9}{3} = 12$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada variabel kepercayaan, adalah sebagai berikut:

Jumlah skor 9 – 20.99 : Kurang

Jumlah skor 21.00 – 32.99 : Cukup

Jumlah skor 33.00 – 45 : Baik

Berdasarkan hasil interval skor di atas, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.39
Persepsi Responden mengenai Variabel Kepercayaan Pembeli *Online*

Item	Kategori	F	Perhitungan	Persentase
Kepercayaan	Baik	47	$f / \Sigma n \times 100\%$	47.00
	Cukup	40	$f / \Sigma n \times 100\%$	40.00
	Kurang	13	$f / \Sigma n \times 100\%$	13.00
Total		100	$f / \Sigma n \times 100\%$	100.00

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden sebanyak 47 orang (47.00%) menyatakan bahwa kepercayaan Amang Amenk gallery berada pada kategori baik, sementara jumlah terkecil sebanyak 13 orang (13.00%) responden menyatakan kepercayaan Amang Amenk gallery berada pada kategori kurang baik, sehingga dari hasil tanggapan responden tersebut dapat dinyatakan bahwa kepercayaan pembeli *online* toko Amang Amenk gallery adalah baik.

4.4 Analisis Data Penelitian

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh toko *offline* yaitu *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram, sedangkan untuk pengujian hipotesis digunakan dengan pengujian hipotesis secara simultan (uji f) dan parsial (uji t) yang sebelumnya akan dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu.

4.4.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian regresi linear dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat yaitu lolos dari asumsi klasik. Untuk itu sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan analisis regresi linear, harus dilakukan uji klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini digunakan untuk untuk menguji kesalahan model regresi yang digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik merupakan syarat yang harus dipenuhi agar persamaan regresi dapat dikatakan sebagai persamaan regresi yang baik, maksudnya adalah persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinieritas.

4.4.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* mempunyai distribusi normal (Ghozali, 2017:145). Dengan kata lain, uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sifat distribusi data penelitian yang berfungsi untuk mengetahui apakah sampel yang diambil normal atau tidak dengan menguji sebaran data yang dianalisis. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk melihat normalitas, dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan uji *kolmogrov smirnov*, dengan pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu:

- Jika nilai signifikan < 0.05 maka distribusi data tidak normal.
- Jika nilai signifikan > 0.05 maka distribusi data normal.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka didapatkan hasil uji normalitas dengan uji *kolmogrov smirnov*, sebagai berikut:

Tabel 4.40
Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogrov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.90824978
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.103
	Positive	.082
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		1.031
Asymp. Sig. (2-tailed)		.239

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil signifikansi pada uji normalitas dengan kolmogorov smirnov sebesar 0.239, dikarenakan hasil signifikansi sebesar $0.239 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

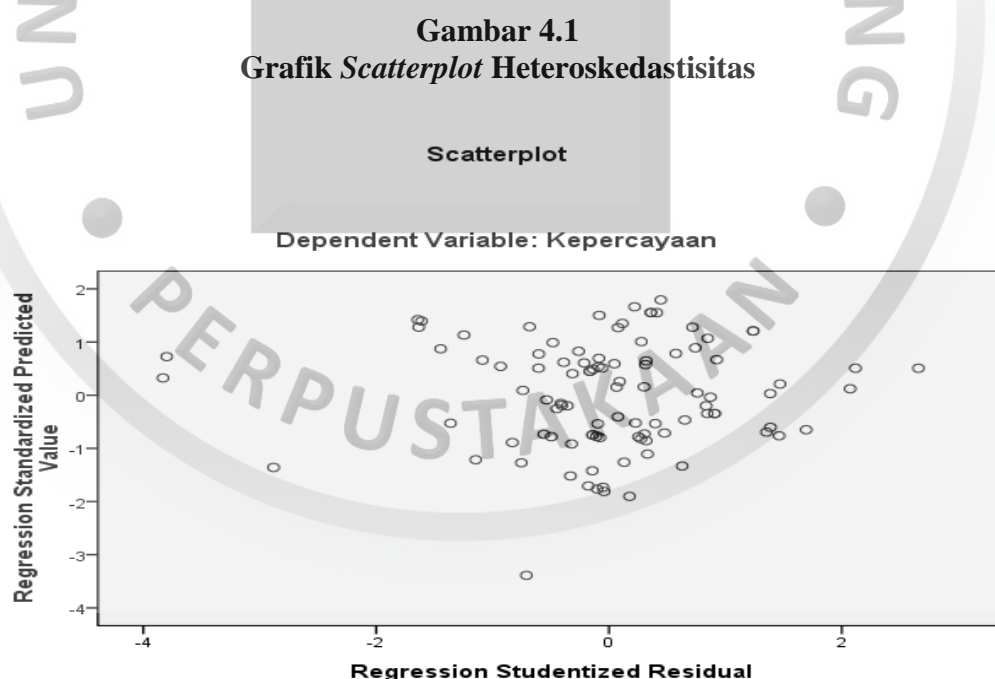
4.4.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2017:99). Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas

atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas, dalam penelitian ini digunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika titik-titik terikat menyebar secara acak membentuk pola tertentu yang beraturan (bergelombang), melebar kemudian menyempit maka terjadi heteroskedostisitas.

- Jika ada pola yang jelas serta titik-titik mengumpul baik dibawah atau diatas 0 ada sumbu Y maka, hal ini terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar baik dibawah atau diatas 0 ada sumbu Y maka hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka didapatkan hasil grafik *scatterplot* heteroskedastisitas, sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang akan dibentuk telah terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.4.1.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antarvariabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Nilai yang menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai *VIF* > 10 (Ghozali, 2017:73). Multikolinieritas dapat diketahui dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen, dapat dilihat dari:

- Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai *VIF* < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antarvariabel independen dalam model regresi.
- Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai *VIF* > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antarvariabel independen dalam model regresi.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka didapatkan hasil uji multikolinieritas, sebagai berikut:

Tabel 4.41
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Eksterior	.919	1.089
	General Interior	.519	1.925
	Store Layout	.742	1.348
	Interior Display	.435	2.301

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil nilai tolerance untuk ketiga variabel independnet lebih besar dari 0.1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas pada penelitian ini.

4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak atau bersamaan (Indrawati, 2015:188). Berdasarkan hasil pengolahan data, maka didapatkan hasil analisis regresi linier berganda pada pengaruh toko *offline* yaitu *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.42
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.246	2.785		-.807	.422
Eksterior	2.154	.263	.532	8.194	.000
General Interior	.813	.188	.374	4.329	.000
Store Layout	.423	.205	.149	2.061	.042
Interior Display	.143	.313	.043	.457	.649

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda, sebagai berikut:

$$Y = -2.246 + 2.154X_1 + 0.813X_2 + 0.423X_3 + 0.143X_4 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar -2.246, artinya jika *eksterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka kepercayaan akan tetap sebesar -2.246.
- Koefesien regresi *eksterior* sebesar 2.154 yang bertanda positif, yang artinya jika *eksterior* meningkat satu-satuan, sementara variabel independent lainnya konstan, maka kepercayaan akan meningkat sebesar 2.154.
- Koefesien regresi *general interior* sebesar 0.813 yang bertanda positif, yang artinya jika *general interior* meningkat satu-satuan, sementara

variabel independent lainnya konstan, maka kepercayaan akan meningkat sebesar 0.813.

- d. Koefesien regresi *store layout* sebesar 0.423 yang bertanda positif, yang artinya jika *store layout* meningkat satu-satuan, sementara variabel independent lainnya konstan, maka kepercayaan akan meningkat sebesar 0.423.
- e. Koefesien regresi *interior display* sebesar 0.143 yang bertanda positif, yang artinya jika *interior display* meningkat satu-satuan, sementara variabel independent lainnya konstan, maka kepercayaan akan meningkat sebesar 0.143.

4.4.3 Analisis Koefesein Determinasi

Menurut Sugiyono (2010:231), koefisien determinasi merupakan suatu alat yang dapat digunakan pengukuran mutu penyajakan maksudnya dengan melihat besarnya presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi yaitu untuk melihat besarnya persentase pengaruh variabel independnet terhadap variabel dependen baik secara simultan dan parsial. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil koefesien determinasi simultan dan parsial, sebagai berikut:

Tabel 4.43
Koefesien Determinasi Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.617	3.98968

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil koefesien determinasi simultan dengan perhitungan $0.795^2 \times 100\% = 63.2\%$, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 63.2% kontribusi pengaruh dari *eksterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan, sedangkan sisanya sebesar 36.8% merupakan kontribusi pengaruh terhadap kepercayaan diluar penelitian ini.

Selanjutnya untuk mengetahui kontribusi dari masing-masing variabel independent, maka akan dihitung dengan menggunakan rumus mengkalikan nilai *standardized coefficients beta* dengan *correlations (zero order)*, yang mengacu pada hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, sebagai berikut:

Tabel 4.44
Koefesien Determinasi Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	-2.246	2.785		-.807	.422			
Eksterior	2.154	.263	.532	8.194	.000	.661	.644	.510
General Interior	.813	.188	.374	4.329	.000	.562	.406	.269
Store Layout	.423	.205	.149	2.061	.042	.338	.207	.128

Interior	.143	.313	.043	.457	.649	.472	.047	.028
Display								

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, maka dilakukan perhitungan koefisien determinansi parsial dengan menggunakan rumus beta x zero order, sebagai berikut:

<i>Eksterior</i>	$0.532 \times 0.661 = 0.351652$ atau 35.16%
<i>General Interior</i>	$0.374 \times 0.562 = 0.210188$ atau 21.02%
<i>Store Layout</i>	$0.149 \times 0.338 = 0.050362$ atau 5.04%
<i>Interior Display</i>	$0.043 \times 0.472 = 0.020296$ atau 2.03%

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi parsial di atas, maka diperoleh hasil bahwa kontribusi pengaruh terbesar berasal dari *eksterior* sebesar 35.16%, sedangkan kontribusi pengaruh terkecil berasal dari *interior display* sebesar 2.03%.

4.4.4 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji T.

4.4.4.1 Uji F

Uji statistik F (*f-test*) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan di dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali,2011:98).

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh dari secara keseluruhan variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Dimana hipotesis nol (H_0) yaitu hipotesis tentang tidak adanya pengaruh. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) merupakan hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh. Adapun hipotesis statistik secara simultan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : b = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

$H_a : b \neq 0$, Terdapat pengaruh yang signifikan toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram

Kriteria Pengambilan Keputusan :

H_0 diterima dan H_a ditolak, apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan $p_{value} > 0.05$.

H_0 ditolak dan H_a diterima, apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan $p_{value} < 0.05$.

nilai f_{tabel} didapat dari : $df_1 = k$ dan $df_2 = n - 2$

Keterangan :

df : Probabilitas 5%

k : Jumlah Variabel Independent

n : Jumlah Sample

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis simutan dengan uji f, sebagai berikut:

Tabel 4.45
Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2600.755	4	650.189	40.847	.000 ^a
	Residual	1512.167	95	15.918		
	Total	4112.922	99			

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

b. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil fhitung sebesar 40.847 dengan dengan signifikansi sebesar 0.000, selanjutnya dibandingkan dengan nilai ftabel dengan probabilitas 5%, $df_1=4$ dan $df_2=100-2=98$, maka diperoleh hasil ftabel sebesar 2.465, dikarenakan hasil fhitung > ftabel ($40.847 > 2.465$) dan signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram.

4.4.4.2 Uji T

Uji t (*t-test*) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2011:98). Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen

(variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Adapun hipotesis statistik secara parsial yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho1 : $b = 0$, Tidak terdapat pengaruh *exterior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ha1 : $b \neq 0$, Terdapat pengaruh *exterior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ho2 : $b = 0$, Tidak terdapat pengaruh *general interior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ha2 : $b \neq 0$, Terdapat pengaruh *general interior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ho3 : $b = 0$, Tidak terdapat pengaruh *store layout* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ha3 : $b \neq 0$, Terdapat pengaruh *store layout* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ho4 : $b = 0$, Tidak terdapat pengaruh *interior display* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Ha4 : $b \neq 0$, Terdapat pengaruh *interior display* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Kriteria Pengambilan Keputusan :

Ho diterima dan Ha ditolak, apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $pvalue > 0.05$.

Ho ditolak dan Ha diterima, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $pvalue < 0.05$.

nilai t_{tabel} didapat dari : $df = n-2$

Keterangan :

df : Probabilitas 5%

n : Jumlah Sample

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis parsial dengan uji t, sebagai berikut:

Tabel 4.46

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.246	2.785		-.807	.422
Eksterior	2.154	.263	.532	8.194	.000
General Interior	.813	.188	.374	4.329	.000
Store Layout	.423	.205	.149	2.061	.042
Interior Display	.143	.313	.043	.457	.649

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis parsial pada masing-masing variabel independent, sebagai berikut:

a. Pengaruh *Eksterior* terhadap Kepercayaan Pembeli *Online*

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil thitung untuk *eksterior* sebesar 8.194, dengan signifikansi sebesar 0.000, selanjutnya dibandingkan dengan nilai

t_{tabel} dengan probabilitas 5% dan $df = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1.984, dikarenakan hasil thitung $> t_{tabel}$ ($8.194 > 1.984$) dan signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh *exterior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram.

b. Pengaruh *General Interior* terhadap Kepercayaan Pembeli *Online*

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil thitung untuk *general interior* sebesar 4.329, dengan signifikansi sebesar 0.000, selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan probabilitas 5% dan $df = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1.984, dikarenakan hasil thitung $> t_{tabel}$ ($4.329 > 1.984$) dan signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh *general interior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram.

c. Pengaruh *Store Layout* terhadap Kepercayaan Pembeli *Online*

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil thitung untuk *store layout* sebesar 2.061, dengan signifikansi sebesar 0.042, selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan probabilitas 5% dan $df = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1.984, dikarenakan hasil thitung $> t_{tabel}$ ($2.061 > 1.984$) dan signifikansi $0.042 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh *store layout* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram.

d. Pengaruh *Interior Display* terhadap Kepercayaan Pembeli *Online*

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil thitung untuk *interior display* sebesar 0.457, dengan signifikansi sebesar 0.649, selanjutnya dibandingkan dengan nilai ttabel dengan probabilitas 5% dan $df = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh hasil ttabel sebesar 1.984, dikarenakan hasil thitung < ttabel ($0.457 < 1.984$) dan signifikansi $0.649 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh *interior display* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

4.5.1 Pengaruh *Eksterior* terhadap Kepercayaan Pembeli *Online*

Dari hasil pengujian hipotesis dengan uji t, menunjukkan bahwa variabel *eksterior* memiliki nilai thitung sebesar 8.194 dengan signifikansinya sebesar 0.000, dikarenakan hasil thitung > ttabel ($8.194 > 1.984$) dan signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *exterior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram dengan besaran kontribusi pengaruhnya yaitu sebesar 35.16%, hasil penelitian ini mendukung teori Berman dan Evans (dalam Resti dan Hengki, 2010:16) yang menyatakan bahwa karakteristik *eksterior* mempunyai pengaruh yang kuat pada kepercayaan pembeli terhadap toko tersebut, apalagi *eksterior* memberikan kesan pertama terhadap toko, karena bagian ini adalah yang pertama dilihat oleh pengunjung. Kombinasi *eksterior* pada toko amang amenk gallery, dapat membuat bagian luar toko

menjadi terlihat unik yang memunculkan ciri khas budaya kesundaan, menarik dan menonjol serta dapat mengundang orang untuk masuk kedalam toko, hal ini sesuai dengan teori Berman dan Evans sebelumnya yaitu ketika seseorang memilih untuk menyukai sesuatu adalah ketika apa yang dia lihat pertama kali atau kesan pertama ketika melihat sesuatu itu dinilai sangat menarik sehingga memutuskan untuk memilih hal tersebut, dan itupun berlaku kepada seorang yang akan memilih suatu tempat sebagai pilihannya.

4.5.2 Pengaruh *General Interior* terhadap Kepercayaan Pembeli *Online*

Dari hasil pengujian hipotesis dengan uji t, menunjukkan bahwa variabel *general interior* memiliki nilai thitung sebesar 4.329 dengan signifikansinya sebesar 0.000, dikarenakan hasil thitung > ttabel ($4.329 > 1.984$) dan signifikansi 0.000 ($0.000 < 0.05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *general interior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram dengan besaran kontribusi pengaruhnya yaitu sebesar 21.02%, hasil penelitian ini mendukung teori Berman dan Evans (dalam Resti dan Hengki, 2010: 13) yang mengatakan *general interior* toko menjadi salah satu kunci keberhasilan dari keseluruhan strategi *Store atmosphere*. Oleh karena itu, *interior* toko amang amenk gallery harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memaksimalkan *visual merchandising*. Hal ini dimaksudkan agar ketika konsumen sudah berada di dalam toko amang amenk gallery, para konsumen dapat terdorong keinginan membelinya dengan memengaruhi emosinya melalui suasana dan *display* yang baik. *Display* yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan

membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa dan memilih barang itu dan akhirnya melakukan pembelian. Dengan adanya *general interior* yang berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan pembeli online akun Instagram @amenkgallery, berarti penataan *general interior* toko amang amenk gallery sudah sesuai dengan teori dengan penataan *general interior* yang baik akan menjadikan suasana ruangan nyaman dan pelanggan betah dan akan memilih produk-produk dari toko amang amenk gallery dari pada toko kesenian sunda lainnya.

4.5.3 Pengaruh *Store Layout* terhadap Kepercayaan Pembeli *Online*

Dari hasil pengujian hipotesis dengan uji t, menunjukkan bahwa variabel *store layout* memiliki nilai thitung sebesar 2.061 dengan signifikansinya sebesar 0.042, dikarenakan hasil thitung > ttabel ($2.061 > 1.984$) dan signifikansi $0.042 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *store layout* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram dengan besaran kontribusi pengaruhnya yaitu sebesar 5.04%, Hasil penelitian ini mendukung teori dari Berman dan Evans (dalam Resti dan Hengki, 2010: 18) yaitu *store layout* yang baik akan mampu mengundang konsumen untuk lebih betah berkeliling dan lebih banyak lagi dalam membelanjakan uangnya. *Store layout* toko amank ameng gallery yang memiliki ciri khas kesundaan, menjadi efek penting dalam perilaku pembelian dalam hal kepercayaan konsumen. *Store layout* berakibat pada sejauh mana konsumen mendalami isi toko, perputaran konsumen diantara isi toko dan seberapa banyak waktu yang dihabiskan dalam toko. Ketika seseorang telah

memilih tempat dan masuk kedalam, pertama kali yang menjadi perhatian adalah isi dari toko tersebut, penataan ruangan yang mempunyai daya tarik sehingga konsumen yang mengamati isi ruangan mudah beradaptasi dan betah berlama didalam toko amang amenk gallery.

4.5.4 Pengaruh *Interior Display* terhadap Kepercayaan Pembeli *Online*

Dari hasil pengujian hipotesis dengan uji t, menunjukkan bahwa variabel *interior display* memiliki nilai thitung sebesar 0.457 dengan signifikansinya sebesar 0.649, dikarenakan hasil thitung < ttabel ($0.457 < 1.984$) dan signifikansi $0.649 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *interior display* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram dengan besaran kontribusi pengaruhnya yaitu sebesar 2.03%, hal ini disebabkan karena pada dasarnya amank amenk gallery merupakan toko yang menyediakan berbagai macam kebutuhan aksesoris orang sunda (kesundaan) seperti kaos, gelang bahar, kalung awi, cincin batu, papudan rokok, gelang ganitri dll, sehingga konsumen kurang memperhatikan *interior display* dari toko amang amenk gallery, karena jika konsumen sudah mendapatkan barang yang maka perhatian terhadap *interior display* akan berkurang, fokus konsumen sendiri berada pada produk-produk kesundaan amang amenk gallery, selain itu produk-prosuk yang ada ditoko, juga dijual secara online, berbeda misalnya dengan toko yang khusus menyediakan pakaian maka *interior display* akan didesain sedemikian rupa dari tema toko, rak, poster mengenai produk, dll agar konsumen tertarik.

4.5.5 Pengaruh Toko *Offline* melalui *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout* dan *Interior Display* terhadap Kepercayaan Pembeli *Online*

Dari hasil pengujian hipotesis dengan uji *f*, menunjukkan bahwa variabel toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* memiliki nilai *f*hitung sebesar 40.847 signifikansinya sebesar 0.000, dikarenakan hasil *f*hitung > *f*tabel (40.847 > 2.465) dan signifikansi 0.000 < 0.05, maka *H*₀ ditolak dan *H*_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram dengan besaran kontribusi pengaruhnya yaitu sebesar 63.2%, hasil penelitian ini sejalan dengan teori *store atmosphere* dari Levy dan Weitz (dalam Eko putro, 2011:20) *store atmosphere* yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* adalah cara mendesain suatu lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan dan pada akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Menggunakan strategi *store atmosphere* untuk mengembangkan usaha di bidang aksesoris dalam hal ini aksesoris kesundaan yang dilakukan oleh amang amenk gallery, adalah sangat tepat, karena dengan penataan ruangan yang baik akan mempengaruhi perilaku konsumen atau pelanggan dimana mereka akan merasa betah didalam, dan menambah kepercayaan sebagaimana sebagian konsumen merupakan konsumen *online* yang datang langsung ke tempat yang mengakibatkan kepercayaan konsumen semakin meningkat, dengan adanya kondisi yang nyaman

serta kepercayaan konsumen *online* yang meningkat tersebut, dapat memberikan pengaruh kepada orang disekelilingnya yang juga ikut tertarik.

