

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta.
- Anindya Rachma Andanawari. 2014. Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Stove Syndicate Café Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Arif, Muhammad. 2018. pengaruh store atmosfer, lokasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di soban cafe medan, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
- Bagus, I Made dan Wisnu , Utama 2015. Manajemen Pemasaran. Adi Buana University Press.
- Basu Swastha, Manajemen Penjualan, (Yogyakarta: BPFE, 2009).h.167.
- Berman, Barry dan Joel R, Evans. 2007. Retail Management : a Strategic Approach. Edisi 10. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Brian, Hesmum Nurcahyo. dan Imroatul, Khasanah. analisis pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian (Studi pada Taman Joglo Cafe Semarang), Jurnal Diponegoro *Journal Of Management*, ISSN (Online): 2337-3792 Volume 5. Nomor 3. Tahun 2016. Halaman 1-16.
- Candra, Yuni. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Keterlibatan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Leasing Sepeda Motor Suzuki di Kabupaten Pesisir Selatan. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 3(1): h:1-35.

- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Fadilah, Umi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Cafe Bima” Bandung Tulungagung, Skripsi, Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Heizer dan Render, Manajemen Operasi, (Jakarta: Salemba Empat, 2006).h. 112.
- [https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri Makanan dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiu-n-](https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri%20Makanan%20dan%20Minuman-Jadi-Sektor-Kampiu-n-), diakses pada 3 Oktober 2019 Pukul 22.30 WIB
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14. Jilid 1 Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lanne. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Tiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip.,& Kevin Lane Keller. 2009. Marketing Management (13th ed) New Jersey : Prentice Hall.
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. Pemasaran,Buku 1, Penerjemah David Octarevia.Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lestari, yessi. 2017. Pengaruh Atmosfer Kafe, Daya Tarik Promosi, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kafe Backbone Coffee Banyumanik, Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba empat. 2009

- Mowen, Jhon C. dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jilid Kedua. Alih Bahasa: Dwi Kartini. Erlangga. Jakarta.
- Sa'diyah, Halimatus. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Mpm Motor Jombang). Skripsi. Fakultas ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Jamu di Banda Aceh. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 6(3), h:54-62.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Cetakan ke-23. Bandung : Alfabeta.
- Utami, Christina Widya. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat. 2010.

## LAMPIRAN 1. SURAT IJIN PENELITIAN



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : II Dulaah Merapi XI/4 . Telp- Fax :031 8281933 Surabaya 60234  
Website : <http://www.stajad.ac.id>

Nomor : 99/99/0141/X/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu Pimpinan  
Cafe Senewen  
Jl. Menanggal V No.78  
di -  
Surabaya

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Eita Awalyah  
NIM : 161509055  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh store atmosfer, lokasi, word of mouth terhadap keputusan pembelian di Cafe Senewen Surabaya

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan, terima kasih



## LAMPIRAN 2. SURAT BALASAN PENELITIAN



Cafe Senewen Surabaya  
Jl. Menanggal V No 78 Surabaya  
60134 Jawa Timur  
Telp. 08141416171

Hai Balasan

Kepada Yth  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen  
Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan adanya surat dari instansi Bapak/Ibu 190941/01/FE/X/2019 perihal Ijin Penelitian, maka dengan ini kami sampaikan tidak keberatan untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :

Nama : Fita Awaliyah  
NIM : 161500055  
Jurusan : Manajemen  
Universitas : PGRI Adi Buana Surabaya

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Cafe Senewen Surabaya dengan permasalahan dan judul :

**"Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi, dan Word Of Mouth terhadap keputusan pembelian di Cafe Senewen Surabaya"**

Demikian pemberitahuan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Surabaya, 8 Januari 2020

Marketing Cafe Senewen Surabaya

Nibas Musa

# LAMPIRAN 3. BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
**FAKULTAS EKONOMI**  
 Kampus B Dukuh Menanggal S.D.4 Telp. Fax 031.831183 Surabaya 60234  
 Website: http://www.pgriadiabuana.ac.id

## KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: Fida Anadiyah
Prodi / NIM	: Manajemen / 161600055
Judul Skripsi	: Pengaruh Stress Akut, letas, dan Word of Mouth terhadap keputusan pembelian di Kota Semarang Surabaya
Dosen Pembimbing	: Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., M. SM.
Periode Kepembimbingan	: 30 September 2019 s/d 30 Maret 2020

### URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	2 - 10 - 2019	konsep penelitian		
2	9 - 10 - 2019	Bab I revisi		
3	18 - 10 - 2019	Bab I Acc (lanjut bab II)		
4	30 - 10 - 2019	Bab II revisi		
5	01 - 11 - 2019	Bab II Acc (lanjut bab III)		
6	06 - 11 - 2019	Bab III revisi		
7	12 - 11 - 2019	Bab III revisi lagi		
8	19 - 11 - 2019	Bab III Acc		
9	14 - 11 - 2019	Uraian proposal oleh kita bab IV		

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,



Mahasiswa,

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## LAMPIRAN 4. BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Muncang XII 4, Telp. Fax 031 8281183 Surabaya 60134  
Website : <http://www.pgrisab.ac.id>

#### BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini \_\_\_\_\_ tanggal \_\_\_\_\_ bulan \_\_\_\_\_ tahun \_\_\_\_\_ bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap \*) Tahun Akademik 2019/2020

Nama Mahasiswa	: Fita Awalayah
NIM	: 161500055
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh <i>Store Atmosfer</i> , Lokasi, dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Senewen Surabaya

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500229	Imelda Amanda Tira	
2	161500127	Ayu Rozalia A	
3	161500089	logal Citra	
4	161500053	Musi Aswari	
5	161500201	Mila Fahrudin	
6	161500125	Nur Aeri	
7	161500166	Hening Fitri H.	
8	161500168	Yurida Samita	
9	161500092	Rita Ayu Widan	
10	161500093	Morinda Febrina	
11	161500207	Diah Puspa Wulan	
12	161500194	Ari Ropha Cahya S	
13	161500235	Saptia Elka Prayoga	
14	161500199	Wanti Rany F	
15	161500186	Manda Devi Santoso	

Surabaya, 9 Desember 2019

Penguji :

Pembimbing : Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., MSM ( )

**Lampiran 5 : Lembar Kuesioner Penelitian**

**PENGARUH *STORE ATMOSFER*,  
*LOKASI*, DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI CAFE SENEWEN SURABAYA**

Kepada Yth : Konsumen Cafe Senewen Surabaya.

Saya mohon kesediaan Saudara untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner penelitian ini. Informasi yang anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka tugas penyusunan skripsi. Terima kasih atas kesediaan Saudara dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

FITA AWALIYAH

## A. Pertanyaan.

### I. Identitas Responden.

- Umur :  10 – 17 tahun  18 – 25   
diatas 25 tahun
- Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
- Pekerjaan :  Pelajar/mahasiswa  PNS   
Swasta  
 Wiraswasta
- Kunjungan Ke : .....  
Café Senewen :  1 kali  lebih dari 1 kali

### B. Pernyataan

Berilah tanda centang (v) pada salah satu alternatif jawaban pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut persepsi Saudara setelah anda Berkunjung di Soban Cafe. Keterangan mengenai skor penilaian:

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
1.	Papan Nama Cafe Senewen terlihat jelas.					
2.	Pintu masuk Cafe Senewen luas sehingga memudahkan akses masuk ke dalam cafe tersebut.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
3.	Pencahayaan pada Cafe Senewen mampu meningkatkan daya tarik cafe tersebut.					
4.	Kondisi ruangan di Cafe Senewen bersih.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
5.	Tata letak kursi dan meja sangat rapi.					
6.	Tersedia banyak ruangan dengan suasana yang berbeda membuat saya nyaman.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
7.	Pemasangan dekorasi yang tepat di dalam ruangan membuat saya ingin datang berkunjung kembali ke Cafe Senewen.					
8.	Memajang dan meletakkan barang dagangan secara rapi.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
9.	Akses menuju ke Cafe Senewen lancar.					
10.	Akses menuju ke Cafe Senewen mudah dijangkau sarana transportasi baik umum maupun pribadi.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
11.	Cafe Senewen terlihat dari jalan utama sehingga mudah ditemukan.					
12.	Cafe Senewen dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
13.	Cafe Senewen dekat dengan jalan utama yang sering saya lewati sehingga membuat saya melakukan pembelian tanpa terencana (spontan).					
14.	Kondisi lalu lintas di Cafe Senewen selalu padat dan macet.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
15.	Cafe Senewen mempunyai tempat parkir yang memadai dan aman.					
16.	Cafe Senewen menyediakan tempat parkir kendaraan roda dua maupun roda empat.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
17.	Tersedianya lahan yang cukup luas dan tidak mengganggu arus lalu lintas.					
18.	Memiliki lahan sisa yang cukup luas apabila ada perluasan jalan dikemudian hari.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
19.	Cafe Senewen dekat dengan lingkungan aktifitas saya (sekolah, kampus, kantor, tempat tinggal).					
20.	Produk yang ada di Cafe Senewen cocok untuk menu semua golongan baik dari pelajar sampai karyawan.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
21.	Cafe Senewen dikelilingi oleh tempat cafe sejenis nya.					
22.	Sepanjang lokasi Cafe Senewen mudah dijumpai usaha di bidang yang sama.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
23.	Saya mengetahui informasi mengenai Cafe Senewen dari orang teman.					
24.	Informasi tentang cafe Senewen saya dapat dari tetangga atau keluarga.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
25.	Topik pembicaraan saya dengan orang terdekat saya adalah makanan, minuman dan suasana yang ada di Cafe Senewen.					
26.	Topik pembicaraan saya dengan orang terdekat saya mengenai lokasi Cafe Senewen.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
27.	Memperlihatkan foto di akun instagram untuk mempermudah pembicaraan mengenai Cafe Senewen.					
28.	Berbicara mengenai produk atau jasa melalui website game.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
29.	Saya bisa mengajukan pertanyaan-pertanyaan tentang produk atau menu pada pihak Cafe Senewen.					
30.	Pihak Cafe Senewen sangat berpartisipasi dalam menanggapi pertanyaan dari konsumen mengenai produk yang mereka tawarkan.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
31.	Saya bisa memberikan kritik dan saran kepada pihak Cafe Senewen.					
32.	Tersedia kotak saran bagi konsumen yang berisi tentang hal positif maupun negatif, yang nantinya akan di gunakan bahan untuk evaluasi oleh pihak Cafe Senewen.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
33.	Saya memutuskan untuk berkunjung di Cafe Senewen karena sesuai kebutuhan saya.					
34.	Saya memutuskan melakukan pembelian Cafe Senewen karena produk yang ditawarkan sesuai dengan yang saya cari.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
35.	Saya memilih Cafe Senewen sebagai pilihan utama dalam mencari tempat berkumpul dengan teman, maupun keluarga karena dekat dengan tempat aktifitas saya (sekolah, kampus, kantor, tempat tinggal)					
36.	Saya memilih Cafe Senewen sebagai pilihan utama dalam mencari tempat berkumpul dengan teman, maupun keluarga karena suasana cafe sangat tepat. Sesuai dengan kebutuhan saya.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
37.	Mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk yang telah di beli, maka saya akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.					
38.	Produk yang ditawarkan sangat menarik sehingga saya tidak perlu beradaptasi dengan mencoba produk baru, maka saya akan merekomendasikan kepada orang lain.					

No.	Pernyataan	SS	S	S	TS	STS
39.	Saya puas dengan pelayanan dan produk yang ada di Cafe Senewen, maka saya akan melakukan pembelian ulang.					
40.	Saya yakin pilihan saya di Cafe Senewen sudah tepat, maka saya akan melakukan pembelian ulang.					

Lampiran 6. Tabulasi Jawaban Responden Konsumen di Café Senewen Surabaya variable Store Atmosfer (X<sub>1</sub>)

Responden	Store Atmosfer														
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8							
Responden_1	4	4	4	4	4	4	4	4							
Responden_2	5	5	5	5	5	5	5	5							
Responden_3	3	3	3	3	3	3	3	3							
Responden_4	3	3	3	3	3	3	3	3							
Responden_5	3	3	4	4	4	3	3	4							
Responden_6	4	3	4	4	4	3	3	4							
Responden_7	4	4	4	4	4	4	4	4							
Responden_8	4	3	3	3	3	3	3	3							
Responden_9	5	5	5	5	5	5	5	5							
Responden_10	4	4	4	4	4	4	4	4							
Responden_11	4	4	4	4	4	4	4	4							
Responden_12	4	4	4	4	4	4	4	4							
Responden_13	5	5	5	5	5	5	5	5							
Responden_14	4	2	4	4	4	4	2	4							
Responden_15	3	3	4	4	4	4	3	4							

Responden_16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_17	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
Responden_18	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
Responden_19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_20	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
Responden_21	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
Responden_22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_23	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Responden_24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Responden_25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Responden_26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_27	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
Responden_28	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
Responden_29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_30	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
Responden_31	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
Responden_32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
Responden_34	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5



Responden_54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_55	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden_65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden_66	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_67	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_69	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden_70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_72	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5



Responden_92	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
Responden_93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4
Responden_94	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
Responden_95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_96	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4
Responden_97	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
Responden_98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_99	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5
Responden_100	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4
Responden_101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
Responden_102	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
Responden_103	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
Responden_104	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
Responden_105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
Responden_106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
Responden_107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
Responden_108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
Responden_109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Responden_110	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2

Responden_111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2
Responden_112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Responden_113	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3
Responden_114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3
Responden_115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden_116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
Responden_117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3
Responden_118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden_120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5

Tabulasi Jawaban Responden Konsumen di Café Senewen Surabaya variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)

Responden	Lokasi											Skor_X2		
	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11		X2_12	
Responden_1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	42
Responden_2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
Responden_3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
Responden_4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	40

Responden_5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	45
Responden_6	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	50
Responden_7	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	44
Responden_8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Responden_9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Responden_10	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
Responden_11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
Responden_12	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	39
Responden_13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
Responden_14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Responden_15	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	55
Responden_16	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	41
Responden_17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	46
Responden_18	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	44
Responden_19	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
Responden_20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	50
Responden_21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Responden_22	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	55
Responden_23	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	57

























Responden	Keputusan Pembelian								Skor_Y
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	
Responden_1	5	5	5	5	4	4	4	5	37
Responden_2	5	4	5	5	4	3	3	3	32
Responden_3	4	4	4	4	4	4	3	3	30
Responden_4	4	4	4	4	3	4	3	4	30
Responden_5	4	4	5	4	5	4	4	4	34
Responden_6	3	4	3	4	3	4	4	4	29
Responden_7	3	4	4	3	4	3	4	4	29
Responden_8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_10	3	4	4	4	4	3	4	4	30
Responden_11	4	5	4	5	5	4	4	4	35
Responden_12	4	4	5	4	4	5	4	5	35
Responden_13	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Responden_14	4	5	5	4	4	5	5	5	37
Responden_15	4	5	4	4	4	4	4	5	34
Responden_16	5	5	5	5	5	5	4	5	39



Responden_36	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden_37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	39
Responden_39	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	37
Responden_40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	39
Responden_42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_43	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	37
Responden_44	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	32
Responden_45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_46	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	33
Responden_47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	39
Responden_53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_54	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	37

Responden_55	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
Responden_57	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	33	
Responden_58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
Responden_59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
Responden_60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
Responden_61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	
Responden_62	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	37	
Responden_63	5	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	32	
Responden_64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	30	
Responden_65	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	30	
Responden_66	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	34	
Responden_67	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	29	
Responden_68	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	29	
Responden_69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
Responden_70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
Responden_71	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	36	
Responden_72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
Responden_73	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	39	





Responden_112	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	37
Responden_113	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_115	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Responden_116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_120	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	37

### LAMPIRAN 7. Hasil Olah Data SPSS

Frekuensi jawaban responden

#### X1\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
Kurang Setuju	18	15.0	15.0	18.3
Setuju	58	48.3	48.3	66.7
Sangat Setuju	40	33.3	33.3	100.0
Total	120	100.0	100.0	

#### X1\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
Kurang Setuju	16	13.3	13.3	18.3
Setuju	47	39.2	39.2	57.5

Sangat Setuju	51	42.5	42.5	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X1\_3

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
Kurang Setuju	16	13.3	13.3	16.7
Setuju	50	41.7	41.7	58.3
Sangat Setuju	50	41.7	41.7	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X1\_4

Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	12	10.0	10.0	13.3
	Setuju	57	47.5	47.5	60.8
	Sangat Setuju	47	39.2	39.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

### X1\_5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3
	Kurang Setuju	12	10.0	13.3
	Setuju	61	50.8	64.2
	Sangat Setuju	43	35.8	100.0
	Total	120	100.0	

### X1\_6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	18	15.0	15.0	18.3
	Setuju	51	42.5	42.5	60.8
	Sangat Setuju	47	39.2	39.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

### X1\_7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	5.8	5.8
	Kurang Setuju	22	18.3	24.2
	Setuju	46	38.3	62.5
	Sangat Setuju	45	37.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0

### X1\_8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
Kurang Setuju	19	15.8	15.8	19.2
Setuju	52	43.3	43.3	62.5
Sangat Setuju	45	37.5	37.5	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	15	12.5	12.5	14.2
Setuju	61	50.8	50.8	65.0
Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	19	15.8	15.8	17.5
Setuju	60	50.0	50.0	67.5
Sangat Setuju	39	32.5	32.5	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	15	12.5	12.5	14.2
Setuju	64	53.3	53.3	67.5
Sangat Setuju	39	32.5	32.5	100.0

Total	120	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

### X2\_4

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	20	16.7	16.7	18.3
Setuju	63	52.5	52.5	70.8
Sangat Setuju	35	29.2	29.2	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_5

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
Kurang Setuju	26	21.7	21.7	25.0
Setuju	58	48.3	48.3	73.3

Sangat Setuju	32	26.7	26.7	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_6

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	19	15.8	15.8	17.5
Setuju	54	45.0	45.0	62.5
Sangat Setuju	45	37.5	37.5	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_7

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	17	14.2	14.2	15.8

Setuju	57	47.5	47.5	63.3
Sangat Setuju	44	36.7	36.7	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	19	15.8	15.8	17.5
Setuju	54	45.0	45.0	62.5
Sangat Setuju	45	37.5	37.5	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_9

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	21	17.5	17.5	19.2
Setuju	55	45.8	45.8	65.0
Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_10

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	23	19.2	19.2	20.8
Setuju	55	45.8	45.8	66.7
Sangat Setuju	40	33.3	33.3	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
Kurang Setuju	22	18.3	18.3	20.8
Setuju	64	53.3	53.3	74.2
Sangat Setuju	31	25.8	25.8	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X2\_12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
Kurang Setuju	18	15.0	15.0	17.5
Setuju	68	56.7	56.7	74.2



Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	68	56.7	56.7	58.3
	Setuju	37	30.8	30.8	89.2
	Sangat Setuju	13	10.8	10.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

### X3\_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7
	Kurang Setuju	73	60.8	62.5
	Setuju	32	26.7	89.2
	Sangat Setuju	13	10.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0

### X3\_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	68	56.7	56.7	58.3
Setuju	37	30.8	30.8	89.2
Sangat Setuju	13	10.8	10.8	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X3\_5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	69	57.5	57.5	59.2
Setuju	38	31.7	31.7	90.8

Sangat Setuju	11	9.2	9.2	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X3\_6

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	72	60.0	60.0	61.7
Setuju	35	29.2	29.2	90.8
Sangat Setuju	11	9.2	9.2	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X3\_7

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	64	53.3	53.3	55.0

Setuju	43	35.8	35.8	90.8
Sangat Setuju	11	9.2	9.2	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X3\_8

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	4.2	4.2	4.2
Kurang Setuju	65	54.2	54.2	58.3
Setuju	39	32.5	32.5	90.8
Sangat Setuju	11	9.2	9.2	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X3\_9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	5	4.2	4.2	4.2
Kurang Setuju	71	59.2	59.2	63.3
Setuju	38	31.7	31.7	95.0
Sangat Setuju	6	5.0	5.0	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### X3\_10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Kurang Setuju	69	57.5	57.5	59.2
Setuju	38	31.7	31.7	90.8
Sangat Setuju	11	9.2	9.2	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### Y1\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Kurang Setuju	21	17.5	17.5	17.5
Setuju	47	39.2	39.2	56.7
Sangat Setuju	52	43.3	43.3	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### Y1\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Kurang Setuju	18	15.0	15.0	15.0
Setuju	46	38.3	38.3	53.3
Sangat Setuju	56	46.7	46.7	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### Y1\_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	18	15.0	15.0	15.0
Setuju	44	36.7	36.7	51.7
Sangat Setuju	58	48.3	48.3	100.0
Total	120	100.0	100.0	

#### Y1\_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	15	12.5	12.5	12.5
Setuju	45	37.5	37.5	50.0
Sangat Setuju	60	50.0	50.0	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### Y1\_5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	17	14.2	14.2	14.2
Setuju	46	38.3	38.3	52.5
Sangat Setuju	57	47.5	47.5	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### Y1\_6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	21	17.5	17.5	17.5
Setuju	62	51.7	51.7	69.2
Sangat Setuju	37	30.8	30.8	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### Y1\_7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Kurang Setuju	21	17.5	17.5	17.5
Setuju	59	49.2	49.2	66.7
Sangat Setuju	40	33.3	33.3	100.0
Total	120	100.0	100.0	

### Y1\_8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Kurang Setuju	17	14.2	14.2	14.2
Setuju	47	39.2	39.2	53.3
Sangat Setuju	56	46.7	46.7	100.0
Total	120	100.0	100.0	

## Uji Validitas Variabel Store Atmosfer (X1)

### Correlations

	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	Store Atmosfer
X1_1	1	.800**	.901**	.867**	.883**	.836**	.580**	.600**	.913**
Pearson Correlation		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
N		800**	1	874**	777**	794**	755**	581**	904**
X1_2		1	.824**	.926**	.926**	.865**	.601**	.665**	.948**
Pearson Correlation		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
N		901**	1	926**	926**	865**	601**	665**	948**
X1_3			1	.926**	.926**	.865**	.601**	.665**	.948**
Pearson Correlation		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
N		901**	926**	1	912**	795**	596**	630**	927**
X1_4				1	.912**	.795**	.596**	.630**	.927**
Pearson Correlation		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
N		912**	926**	912**	1	836**	.546**	.621**	.920**
X1_5					1	.836**	.546**	.621**	.920**
Pearson Correlation		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
N		120	120	120	120	120	120	120	120
X1_6						1	.567**	.554**	.882**
Pearson Correlation		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
N		120	120	120	120	120	120	120	120
X1_7							1	.004**	.770**
Pearson Correlation		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
N		120	120	120	120	120	120	120	120
X1_8								1	.770**
Pearson Correlation		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
N		120	120	120	120	120	120	120	120
Store Atmosfer									1
Pearson Correlation		.913**	.948**	.927**	.920**	.920**	.770**	.770**	.770**
Sig. (2-tailed)		1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
N		120	120	120	120	120	120	120	120

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Validitas Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)

**Correlations**

	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	X2_12	Lokasi
X2_1	Pearson Correlation	.915**	.942**	.765**	.730**	.854**	.403**	.402**	.500**	.434**	.740**	.754**	.075**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2_2	Pearson Correlation	.915**	1	.969**	.760**	.805**	.413**	.411**	.510**	.454**	.817**	.805**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2_3	Pearson Correlation	.969**	.969**	1	.732**	.784**	.473**	.417**	.554**	.436**	.805**	.810**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2_4	Pearson Correlation	.765**	.765**	.732**	1	.816**	.836**	.534**	.638**	.500**	.691**	.683**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2_5	Pearson Correlation	.730**	.730**	.791**	.816**	1	.802**	.493**	.496**	.491**	.821**	.814**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2_6	Pearson Correlation	.854**	.854**	.797**	.805**	.805**	1	.522**	.504**	.591**	.639**	.650**	.073**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2_7	Pearson Correlation	.403**	.403**	.402**	.403**	.403**	.403**	1	.887**	.783**	.585**	.314**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000	.000
X2_8	Pearson Correlation	.402**	.402**	.402**	.403**	.402**	.402**	.402**	1	.818**	.865**	.595**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.004	.001
X2_9	Pearson Correlation	.500**	.500**	.510**	.504**	.504**	.504**	.504**	.504**	1	.827**	.803**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
X2_10	Pearson Correlation	.434**	.434**	.436**	.436**	.436**	.436**	.436**	.436**	.436**	1	.296**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.002	.001
X2_11	Pearson Correlation	.740**	.740**	.817**	.817**	.817**	.817**	.817**	.817**	.817**	.817**	1	.970**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
X2_12	Pearson Correlation	.754**	.754**	.805**	.805**	.805**	.805**	.805**	.805**	.805**	.805**	.805**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
lokasi	Pearson Correlation	.888**	.888**	.880**	.841**	.822**	.814**	.718**	.772**	.791**	.618**	.618**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Validitas Variabel Word Of Mouth (X3)

### Correlations

X3_1	Pearson Correlation	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	Word of Mouth
	Sig. (2-tailed)	1										
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3_2	Pearson Correlation	.868**	1									
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3_3	Pearson Correlation	.877**	.893**	1								
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3_4	Pearson Correlation	.917**	.927**	.927**	1							
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3_5	Pearson Correlation	.874**	.897**	.906**	.906**	1						
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3_6	Pearson Correlation	.862**	.893**	.898**	.898**	.938**	1					
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3_7	Pearson Correlation	.846**	.878**	.883**	.878**	.860**	.863**	1				
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3_8	Pearson Correlation	.819**	.878**	.876**	.861**	.800**	.814**	.891**	1			
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3_9	Pearson Correlation	.614**	.676**	.713**	.741**	.741**	.763**	.781**	.773**	1		
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3_10	Pearson Correlation	.632**	.665**	.665**	.671**	.698**	.690**	.690**	.643**	.662**	1	
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Word of Mouth	Pearson Correlation	.926**	.944**	.938**	.945**	.945**	.946**	.924**	.893**	.816**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)											
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

### Correlations

	Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_6	Y1_7	Y1_8	Keputusan Pembelian
Y1_1	1								
Pearson Correlation		.822**	.841**	.901**	.823**	.678**	.751**	.707**	.924**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1_2		1							
Pearson Correlation	.822**		.742**	.746**	.805**	.730**	.8017**	.730**	.912**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1_3			1						
Pearson Correlation	.841**	.792**		.729**	.832**	.087**	.691**	.683**	.886**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1_4				1					
Pearson Correlation	.901**	.746**	.729**		.791**	.614**	.721**	.716**	.881**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1_5					1				
Pearson Correlation	.823**	.805**	.832**	.791**		.664**	.707**	.661**	.900**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1_6						1			
Pearson Correlation	.678**	.730**	.687**	.614**	.604**		.711**	.754**	.825**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1_7							1		
Pearson Correlation	.751**	.817**	.691**	.721**	.787**	.711**		.775**	.884**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1_8								1	
Pearson Correlation	.702**	.730**	.683**	.716**	.661**	.754**	.775**		.851**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Keputusan Pembelian									1
Pearson Correlation	.924**	.912**	.886**	.881**	.900**	.884**	.884**	.851**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	8

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	12

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.974	10

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	8

## Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

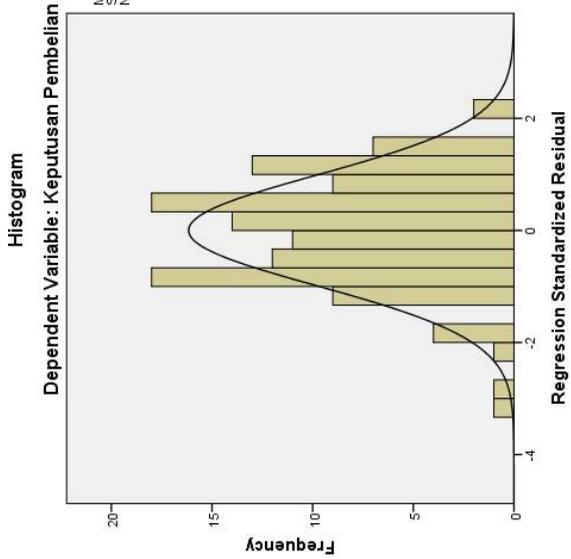
	Unstandardized Residual
N	120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	.0000000
Std. Deviation	3.95232878
Most Extreme Differences	
Absolute	.065
Positive	.045
Negative	-.065
Test Statistic	.065
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

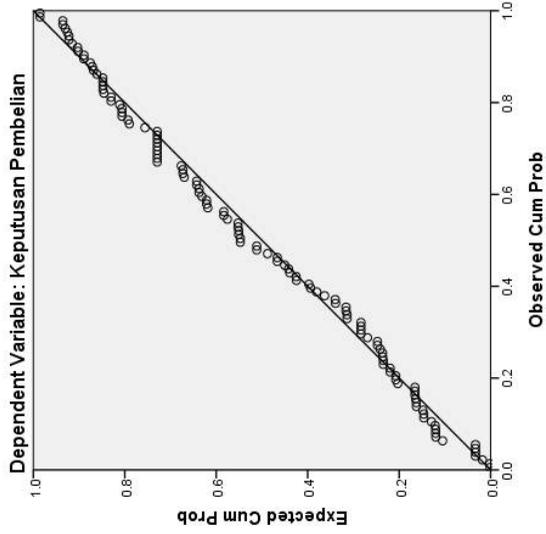
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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



### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Store Atmosfer	.937	1.067
Lokasi	.924	1.083
Word of Mouth	.981	1.019

## Autokorelasi

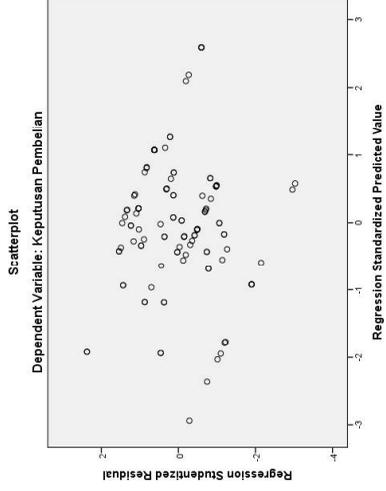
### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.619 <sup>a</sup>	.383	.367	4.003	1.865

a. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Store Atmosfer , Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

# Heterokedastisitas



## Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	4.494	3.534
	Store Atmosfer	.262	.067
	Lokasi	.258	.053
	Word of Mouth	.237	.059

## Uji t

Model	t	Sig.	
1	(Constant)	1.272	.206
	Store Atmosfer	3.913	.000
	Lokasi	4.830	.000
	Word of Mouth	3.998	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	F	Sig.
1 Regression	1152.579	3	23.975	.000 <sup>b</sup>
Residual	1858.887	116		
Total	3011.467	119		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Store Atmosfer , Lokasi



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 Telp. Fax 031 8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unpriab.ac.id>

**BERITA ACARA  
BIMBINGAN RE-VISI SKRIPSI**

Nama : Fita Anwalijah  
 NIM / Program Studi : 161500055 / Manajemen  
 Judul Skripsi : \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Tanggal Ujian Skripsi : \_\_\_\_\_  
 Penguji : 1. \_\_\_\_\_  
 2. \_\_\_\_\_

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1		Hipotesis	
2	3/10 1/6	Definisi variabel	Ace
3		Penyajian data	
4		Kesimpulan	
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya,  
 Penguji II,  
  
 DR. AFIPRAS, M.D.



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus Jl Dukuh Menanggal XII/4, Telp-Fax 031 8281183 Surabaya 60234  
Website: <http://www.unpasby.ac.id>

BERITA ACARA  
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Fita Auliyah  
 NIM / Program Studi : 16150055 / Manajemen  
 Judul Skripsi : \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Tanggal Ujian Skripsi : \_\_\_\_\_  
 Penguji : 1. \_\_\_\_\_  
 2. \_\_\_\_\_

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1			
2		cek Referensi =	
3			
4		Daftar Pustaka = Bab 2	
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

\_\_\_\_\_

Surabaya,  
Penguji II,

TR. ARI. P.