

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmiri, Suswita Roza Dan Rajastira Wira Pangestu, 2019, Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Informa Furnishing Jambi *Town Square* Kota Jambi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi.
- Artana Widya I Putu ,I Gusti Bagus Satra Wisesa, I Komang Setiawan, Ni Luh Putu Mita Pramestya Utami, Ni Nyoman Kerti Yasa dan Made Jatra, 2019, Pengaruh *Store Atmosphere*, *Display Product* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying*, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, ISSN:237-3067, Hal: 369-393, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Anggraeni Jenni, Patricia Dhiana Paramita, Dan M Mukery Warso, 2016, Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Dap Impulse Buying* Di Butik Cassanova Semarang, *Journal Of Management*, Volume 2 No.2, Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang.
- Ediyanto, 2019, Hubungan Antara *Atmosfer* dan *Impulsive Buying* Pada Remaja di Restoran Cepat Saji, Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

- Kwan Gunawan Oky, 2016, Pengaruh *Sales Promotion* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabel Intervening Pada *Planet Sports* Tunjungan Plaza Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Issn: 1907-235x, Vol.10, No. 1, Hal: 27-34, Pemerhati *Fashion Marketing* Di Surabaya.
- Muhyidin Ayi, Erry Sunarya Dan Asep M. Ramdan, 2019, Analisis *Store Environment* Dan Emosi Positif Terhadap *Impulse Buying*, *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, Iissn: 2684-8317, Volume 1, Nomor 1, Hal: 157-168, Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
- Meldarianda Resti, 2010, Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Resort Café Atmosphere* Bandung, *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (Jbe)*, *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (Jbe)*, Vol. 17, No.2, Hal: 97-107, Universitas Kristen Maranatha Bandung.
- Nur Safitri Rizki Dayinta Dan R.Sugeng Basuki, 2019, Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Lokasi Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Kampung Coklat Blitar, *Administrasi Niaga*, Politeknik Negeri Malang.
- Pontoh Engelin Marcella, Silcyljoeva Moniharapon, Dan Ferdy Roring, 2016, Pengaruh Display Produk dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Matahari Departemen

- Store* Mega Mall Manado, ISSN: 2303-1174, Fakultas Ekonomi Bisnis, Jurusan Manajemen.
- Ni Putu Rahayu Wulansari Dan Ni Ketut Seminari, 2015, Analisis Pengaruh *Store Environment* Dan *Brand Image* Terhadap *Impulse Buying* Pada Delta Dewata Supermarket, E-Jurnal Manajemen Unud, Issn:2302-8912, Vol. 4, No. 9, Hal: 2478-2490, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana.
- Rianto Kirana Raditya, Suharyono Dan Aniesa Samira Bafadhal, 2018, Pengaruh *Store Environment* Terhadap *Shopping Emotion* Dan *Impulse Buying* (Studi Pada Konsumen Vargo Kitchen Malang), Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Shoimah Siti, 2018, Faktor - faktor *Store Environment* pembentuk *Store Image* dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Private Label Di Matahari *Departement Store* Royal Plasa Surabaya, Vol. 1, No. 2, Hal: 180 - 194, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul'Ulum Lamongan.
- Supriono, 2018, Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Pada Pengunjung Mall Di Kota Malang), *Journal Of Applied Business Administration*, E-Issn:2548-9909, Vol 2, No 1, Hal: 109-115, Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.
- Soenjaya Marchellyn dan Kezia Gaby, 2015, Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Shopping*

Emotion Terhadap Impulse Buying Dalam Memilih Restaurant Tenant di Spazio Surabaya, Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.

Winantri Ni Nyoman, 2016, Pengaruh Kondisi Emosi Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Di Indomaret Cabang Desa Tampaksiring Tahun 2016, Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (Jppe), Volume: 7 No.2, Universitas Pendidikan Ganesha.

Yulita Yona, 2019, Pengaruh Harga, *Store Atmosphere*, Promosi Penjualan Dan Lokasi Terhadap *Impluse Buying Kentucky Fried Chicken* (KFC) Ramayana Plaza Andalas Padang, Pendidikan Ekonomi Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumatera Barat Padang.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Surat Izin Penelitian

LAMPIRAN 2 : Surat Balasan Penelitian

LAMPIRAN 3 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi

LAMPIRAN 4 : Surat Pengantar Cek Plagiasi

LAMPIRAN 5 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi

LAMPIRAN 6 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 7: Kuisisioner Penelitian

LAMPIRAN 8 : Frekuensi Jawaban Responden

LAMPIRAN 9 : Uji Validitas

LAMPIRAN 10 : Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 11 : Uji Normalitas

LAMPIRAN 12 : Uji Multikolinearitas

LAMPIRAN 13 : Uji Autokorelasi

LAMPIRAN 14 : Uji Heteroskedastisitas

LAMPIRAN 15 : Uji Regresi Linier Berganda

LAMPIRAN 16 : Uji T

LAMPIRAN 17 : Uji F

LAMPIRAN 18 : Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 19 : Lembar Persetujuan

LAMPIRAN 1: SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

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


Nomor : 191/29 /01/FE/XI/2019
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Depot Dapur M^hriah Cemeng Kalang Sidoarjo
Jl. Raya Suko No. 3, Ngemplak, Cemeng Kalang Sidoarjo
di -
Sidoarjo

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 : Muji Astutik
NIM : 161500053
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere dan Store Environment terhadap Impulse Buying pada Depot M^hriah Krian Sidoarjo

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

Surabaya, 19 November 2019

Dra. Siti Istikhoro, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001

LAMPIRAN 2 : SURAT BALASAN PENELITIAN

DEPOT DAPUR M'RIAH
JL RAYA SUKO NO 3, NGEPLAK CEMENKALANG
Telp. 031894 2098, 085852527921

SURAT BALSAN PENERIMAAN MAGANG

Nomor : /01/FE/XI/2019

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Perihal : Surat Balasan Magang

Dengan Hormat,
Berdasarkan Surat Nomor : /01/FE/XI/2019 Tanggal 19 November 2019 Perihal Permohonan Ijin Kerja Praktik kepada mahasiswa :

Nama : Muji Astutik
NIM : 161500053
Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere dan Store Enironment terhadap Impulse Buying

Pada : Depot Dapur M'riah Cemengkalang Sidoarjo

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat kami terima untuk melaksanakan kerja praktik di perusahaan kami terhitung mulai 25 November s.d 26 Desember 2019.

Atas Perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Sidoarjo, 26 Desember 2019

Manager

Muhammadun Spd.I



LAMPIRAN 3 : BERITA ACARA UJIAN PROPSAL SKRIPSI



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.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 20___/20___

Nama Mahasiswa	: Muji Astutik
NIM	: 161500053
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Store Atmosphere dan Store Environment Terhadap Impulse Buying pada Depot Dapur M'riah Cemengkalang Krian Sidoarjo

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500971	Rizka Septis Rifa	<i>[Signature]</i>
2	161500125	Difa Nur K	<i>[Signature]</i>
3	161500034	Aprilia Dwi Galbra	<i>[Signature]</i>
4	161500147	Nindia Dwi Apriliani	<i>[Signature]</i>
5	16100016	Berliana Dwi Sandra	<i>[Signature]</i>
6	161500249	Febby Ayu Cristina	<i>[Signature]</i>
7	161500170	Fatimah Rofri Angraeni	<i>[Signature]</i>
8	161500055	Jane Analjeh	<i>[Signature]</i>
9	161500183	Kha Wahyu A	<i>[Signature]</i>
10	161500213	Siska Acuni Mardiani	<i>[Signature]</i>
11	151500159	Amroel Fredous Alpi Dai	<i>[Signature]</i>
12	161500002	Ion Firgawan P	<i>[Signature]</i>
13	161500097	Wade Riska W	<i>[Signature]</i>
14	161500059	Indah Purwaninguh	<i>[Signature]</i>
15	161500186	Hendra Dwi S	<i>[Signature]</i>

Surabaya,

Penguji :

Pembimbing : *[Signature]*

LAMPIRAN 4 : SURAT PENGANTAR CEK PLAGIASI



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.unipasby.ac.id>

SURAT PENGANTAR PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Dosen : Dr.Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M
Ferry Hariawan S.E.,M.M.

Menerangkan bahwa artikel ilmiah atas:

Nama Mahasiswa : Muji Astutik
NIM : 161500053
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Store Environment* Terhadap
Impulse Buying pada Depot Dapur M'riah Sidoarjo

Telah memenuhi syarat untuk dilakukan cek plagiasi

Surabaya, 12 Mei 2020



Dr.Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M

LAMPIRAN 5 : SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII Surabaya Telp. 8281183
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa :

Nama : Muji Astutik
NIM : 161500053
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN STORE ENVIRONMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA DEPOT DAPUR M'RIAH SIDOARJO*, dengan hasil Similarity Index 4% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Juni 2020
Ketua Program Studi Manajemen,



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM

LAMPIRAN 6 : BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

LAMPIRAN 6 BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Muji Astutik
2. NIM : 161500053
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere dan Store Environment Terhadap Impulse Buying pada Depot Dapur M'riah Cemengkalang Krian Sidoarjo
5. Dosen Pembimbing : Dr. Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M
Ferry Hariawan, S.E., M.M
6. Konsultasi : 30 September 2019 - 30 Maret 2020

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Keterangan	Paraf Pembimbing
1.	02 Oktober 2019	Revisi Judul	REVISI	
2.	02 Oktober 2019	ACC Judul	ACC	
3.	29 Oktober 2019	Revisi BAB 1	REVISI	
4.	05 November 2019	Revisi BAB 1 dan Revisi BAB 2	REVISI	
5.	19 November 2019	ACC BAB I dan ACC BAB II	ACC REVISI	
6.	17 November 2019	ACC BAB II	ACC	
7.	28 Desember 2019	Revisi BAB III	REVISI	
8.	10 Desember 2020	Revisi BAB III	REVISI	
9.	12 Desember 2020	ACC BAB III	ACC	
10.	30 Desember 2020	UJIAN PROPOSAL SKRIPSI		

11.	24 April 2020	BAB IV	REVISI	
12.	28 April 2020	BAB IV	REVISI	
13.	30 April 2020	BAB IV dan BAB V	ACC	
14.	20 Mei 2020	Bimbingan Artikel	ACC	

Tanggal selesai menulis skripsi: 25 Mei 2020

Surabaya, 29 Juni 2020

Dosen Pembimbing I,



Dr. Fachrudiy Asijati, S.Psi., M.M
NIP/ NPP: 1202612/DY

Dosen Pembimbing II,



Ferry Hariawan, S.E., MM
NIP/NPP : 1512763/DY

LAMPIRAN 7 : KUISIONER PENELITIAN

Kuesioner

Pengaruh *Store Atmosfer* dan *Store Environment* Terhadap *Impulse Buying*

pada Depot Dapur M'Riah Cemengkalang Krian Sidoarjo

A. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah baik-baik setiap pernyataan dan seluruh pilihan jawaban yang diberikan.
2. Jawablah seluruh pertanyaan sesuai dengan hati nurani anda.
3. Beri tanda \surd untuk setiap jawaban yang anda pilih pada kolom jawaban yang sudah disediakan, sebagai berikut :
Alternatif jawaban 5, untuk Sangat Setuju
Alternatif jawaban 4, untuk Setuju
Alternatif jawaban 3, untuk Cukup
Alternatif jawaban 2, untuk Tidak Setuju
Alternatif jawaban 1, untuk Sangat Tidak Setuju
4. Selamat menjawab dan terimakasih

B. Profil Responden

1. Nama :(boleh tidak diisi)
2. Profesi :
3. Jenis kelamin : Perempuan/Laki-laki
4. Umur :
5. Alamat :
6. Penghasilan :
 - a. < Rp500.000
 - b. Rp 500.000 - Rp 2.000.000
 - c. Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000
 - d. >Rp 4.000.000

C. Keterangan pilihan jawaban

SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju S : Setuju

CS : Cukup

D. Pernyataan untuk kuesioner *Store Atmosfer (X1)*

Exterior

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Pintu masuk Depot Dapur M'Riah Cemengkalang memudahkan untuk masuk dan keluar rumah makan					
2	Lokasi Depot Dapur M'Riah Cemengkalang tidak strategis					
3	Lokasi Depot Dapur M'Riah Cemengkalang mudah di jangkau					
4	Keamanan kendaraan saat parkir tidak dijaga dengan baik					

General Interior (bagian dalam interior depot)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
5	Area Depot Dapur M'Riah Cemengkalang luas					
6	Area Depot Dapur M'Riah Cemengkalang tdak nyaman					
7	Aroma Dapur M'Riah Cemengkalang masakan wangi					
8	Karyawan Dapur M'Riah Cemengkalang melayani dengan baik					

Store Layout (Tata letak toko)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
9	Kursi yang tersedia dapat menampung konsumen yang dating					
10	Kursi yang tersedia tidak nyaman di tempati					
11	Jarak antar meja dirumah makan memudahkan konsumen berlalu lalang					
12	Penataan menu makanan tidak terlihat menarik					

Interior Display (pemajangan informasi)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
13	Gambar dan poster di depot sesuai dengan tema					
14	Tanda petunjuk kasir dan toilet tidak terlihat jelas					
15	Tanda petunjuk kasir dan toilet terlihat menarik					
16	Buku pilihan menu yang ada memiliki desain yang menarik.					

E. Pernyataan untuk kuesioner *Store Environment* (X2)

Store Planing (Perencanaan Toko)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
17	Menu makanan di depot beraneka ragam					
18	Desain interior di depot tidak sangat menarik					
19	Ruang bagi konsumen di depot sangat nyaman					
20	Memberikan pelayanan baik untuk konsumen agar dapat berkinjung selalu					

Merchandising

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
21	Saya cenderung mencoba menu makanan baru di Depot					
22	Saya cenderung melihat Depot tidak menarik ketika saya lewat di depannya					
23	Saya cenderung membeli ketika melihat penawaran promosi pada Depot					
24	Saya cenderung tidak membeli karena bukan merupakan kebutuhan					

Store Design

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
25	Dekorasi dinding yang ada di depot terlihat menarik					
26	Dekorasi dinding yang ada di depot tidak terlihat menarik					
27	Buku menu makanan memiliki desain yang menarik					
28	Buku menu makanan memberikan informasi yang tidak jelas					

Visual Communication

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
29	Banner promosi untuk Depot yang ada sudah cukup informasi					
30	Warna banner yang ada di depot membuat tidak tertarik untuk membeli					
31	Perpaduan warna-warna banner yang ada di depot terlihat indah					
32	Bentuk kemasan dengan perpaduan warna tidak terang (khusus makanan di bawa pulang) terlihat rapi dan mewah					

F. Pernyataan untuk kuesioner *Impulse Buying* (Y)

Pure Impulse Buying

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
33	Saya seringkali merasa ingin membeli makanan di Depot sesuatu secara tiba-tiba					
34	Saya sering membeli sesuatu secara tidak spontan					
35	Saya sering membeli sesuatu tanpa memikirkan					
36	Saya terpengaruh oleh promosi yang tidak ditawarkan					

Reminder Impulse Buying

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
37	Saya membeli makanan karena tertarik <i>display</i> di depot dapur M'riah Cemengkalang					
38	Saya memiliki keinginan untuk tidak membeli secara terus menerus					
39	Saya cenderung memiliki kesanggupan membeli makanan di depot Dapur M'riah Cemengkalang					

40	Saya teringat dan tiba-tiba tidak ingin melakukan pembelian di depot dapur M'riah Cemengkalang					
----	--	--	--	--	--	--

Suggestion Impulse Buying

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
41	Saya merasa terpengaruh membeli di kemudian membelinya tanpa rencana					
42	Saya merasa mendapat gairah dan dorongan membeli ketika mendapat penawaran menarik meskipun tidak ada niat untuk membeli sebelumnya					
43	Ketika saya mengunjungi depot dapur m'riah cemengkalang saya membeli banyak makanan secara tiba-tiba tanpa terencana					

Planned Impulse Buying

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
44	Saya membeli makanan di depot yang saya rencanakan sebelumnya karena tertarik pada menu yang belum pernah rasakan sebelumnya					

45	Berkunjung didalam depot saya tidak lakukan secara terencana					
46	Saya membeli makanan pada depot dapur M'riah Cemengkalang tanpa berpikir panjang					

LAMPIRAN 8 : FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

X1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Kurang Setuju	18	15.0	15.0	21.7
	Setuju	58	48.3	48.3	70.0
	Sangat Setuju	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	8.3	8.3	8.3
	Kurang Setuju	17	14.2	14.2	22.5
	Setuju	48	40.0	40.0	62.5
	Sangat Setuju	45	37.5	37.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Kurang Setuju	16	13.3	13.3	20.0
	Setuju	51	42.5	42.5	62.5
	Sangat Setuju	45	37.5	37.5	100.0

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

X1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Kurang Setuju	15	12.5	12.5	19.2
	Setuju	54	45.0	45.0	64.2
	Sangat Setuju	43	35.8	35.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Kurang Setuju	14	11.7	11.7	18.3
	Setuju	59	49.2	49.2	67.5
	Sangat Setuju	39	32.5	32.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Kurang Setuju	18	15.0	15.0	21.7

	Setuju	52	43.3	43.3	65.0
	Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
	Kurang Setuju	24	20.0	20.0	25.0
	Setuju	47	39.2	39.2	64.2
	Sangat Setuju	43	35.8	35.8	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	20	16.7	16.7	20.0
	Setuju	54	45.0	45.0	65.0
	Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3

	Kurang Setuju	20	16.7	16.7	20.0
	Setuju	54	45.0	45.0	65.0
	Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	4.2	4.2	4.2
	Kurang Setuju	16	13.3	13.3	17.5
	Setuju	46	38.3	38.3	55.8
	Sangat Setuju	53	44.2	44.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	17	14.2	14.2	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	

X1_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	13	10.8	10.8	14.2
	Setuju	54	45.0	45.0	59.2
	Sangat Setuju	49	40.8	40.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	13	10.8	10.8	14.2
	Setuju	58	48.3	48.3	62.5
	Sangat Setuju	45	37.5	37.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_14

		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	48	40.0	40.0	59.2
	Sangat Setuju	49	40.8	40.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
	Kurang Setuju	23	19.2	19.2	24.2
	Setuju	44	36.7	36.7	60.8
	Sangat Setuju	47	39.2	39.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	22	18.3	18.3	21.7
	Setuju	47	39.2	39.2	60.8
	Sangat Setuju	47	39.2	39.2	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	66	55.0	55.0	69.2
	Sangat Setuju	37	30.8	30.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	22	18.3	18.3	20.0
	Setuju	64	53.3	53.3	73.3
	Sangat Setuju	32	26.7	26.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	27	22.5	22.5	25.8
	Setuju	59	49.2	49.2	75.0
	Sangat Setuju	30	25.0	25.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	22	18.3	18.3	20.0
	Setuju	54	45.0	45.0	65.0
	Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_5

		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	57	47.5	47.5	65.0
	Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	21	17.5	17.5	19.2
	Setuju	54	45.0	45.0	64.2
	Sangat Setuju	43	35.8	35.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	22	18.3	18.3	20.0
	Setuju	52	43.3	43.3	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	25	20.8	20.8	22.5
	Setuju	55	45.8	45.8	68.3
	Sangat Setuju	38	31.7	31.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	16	13.3	13.3	15.0
	Setuju	66	55.0	55.0	70.0
	Sangat Setuju	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	24	20.0	20.0	21.7
	Setuju	62	51.7	51.7	73.3
	Sangat Setuju	32	26.7	26.7	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	30	25.0	25.0	27.5
	Setuju	57	47.5	47.5	75.0
	Sangat Setuju	30	25.0	25.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	21	17.5	17.5	19.2
	Setuju	57	47.5	47.5	66.7
	Sangat Setuju	40	33.3	33.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_13

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

	Setuju	58	48.3	48.3	64.2
	Sangat Setuju	43	35.8	35.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	20	16.7	16.7	18.3
	Setuju	56	46.7	46.7	65.0
	Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	23	19.2	19.2	20.8
	Setuju	54	45.0	45.0	65.8
	Sangat Setuju	41	34.2	34.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2_16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7

	Kurang Setuju	26	21.7	21.7	23.3
	Setuju	54	45.0	45.0	68.3
	Sangat Setuju	38	31.7	31.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang Setuju	23	19.2	19.2	20.0
	Setuju	47	39.2	39.2	59.2
	Sangat Setuju	49	40.8	40.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang Setuju	20	16.7	16.7	17.5
	Setuju	48	40.0	40.0	57.5
	Sangat Setuju	51	42.5	42.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang Setuju	18	15.0	15.0	15.8
	Setuju	48	40.0	40.0	55.8
	Sangat Setuju	53	44.2	44.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang Setuju	16	13.3	13.3	14.2
	Setuju	45	37.5	37.5	51.7
	Sangat Setuju	58	48.3	48.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang Setuju	18	15.0	15.0	15.8
	Setuju	46	38.3	38.3	54.2
	Sangat Setuju	55	45.8	45.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang Setuju	22	18.3	18.3	19.2
	Setuju	61	50.8	50.8	70.0
	Sangat Setuju	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang Setuju	25	20.8	20.8	21.7
	Setuju	57	47.5	47.5	69.2
	Sangat Setuju	37	30.8	30.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	26	21.7	21.7	21.7
	Setuju	48	40.0	40.0	61.7
	Sangat Setuju	46	38.3	38.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	19	15.8	15.8	15.8
	Setuju	46	38.3	38.3	54.2
	Sangat Setuju	55	45.8	45.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_10

		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_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	15.0	15.0	15.0
	Setuju	51	42.5	42.5	57.5
	Sangat Setuju	51	42.5	42.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	20	16.7	16.7	16.7
	Setuju	38	31.7	31.7	48.3
	Sangat Setuju	62	51.7	51.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	24	20.0	20.0	20.0
	Setuju	60	50.0	50.0	70.0
	Sangat Setuju	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y1_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	15.0	15.0	15.0
	Setuju	61	50.8	50.8	65.8
	Sangat Setuju	41	34.2	34.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	63	52.5	52.5	52.5
	Perempuan	57	47.5	47.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp500.000	19	15.8	15.8	15.8
	Rp 500.000 - Rp 2.000.000	31	25.8	25.8	41.7
	Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000	46	38.3	38.3	80.0
	>Rp 4.000.000	24	20.0	20.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

LAMPIRAN 9 : UJI VALIDITAS

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12	X1_13	X1_14	X1_15	X1_16	Store Atmosfer
X1_1	Pearson Correlation	1	.823**	.922**	.879**	.914**	.878**	.611**	.651**	.713**	.587**	.662**	.632**	.643**	.647**	.558**	.566**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_2	Pearson Correlation	.823**	1	.842**	.866**	.804**	.825**	.809**	.626**	.591**	.722**	.628**	.624**	.566**	.628**	.723**	.556**	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_3	Pearson Correlation	.922**	.842**	1	.939**	.956**	.897**	.617**	.699**	.616**	.575**	.718**	.667**	.658**	.626**	.539**	.586**	.886**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_4	Pearson Correlation	.879**	.866**	.939**	1	.937**	.834**	.650**	.683**	.578**	.563**	.661**	.693**	.633**	.567**	.582**	.552**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_5	Pearson Correlation	.914**	.804**	.956**	.937**	1	.893**	.578**	.647**	.598**	.526**	.662**	.656**	.696**	.613**	.499**	.536**	.859**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_6	Pearson Correlation	.878**	.825**	.897**	.834**	.893**	1	.610**	.623**	.575**	.553**	.614**	.558**	.596**	.731**	.534**	.526**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_7	Pearson Correlation	.611**	.809**	.617**	.650**	.578**	.610**	1	.820**	.579**	.720**	.596**	.576**	.525**	.572**	.898**	.752**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_8	Pearson Correlation	.651**	.626**	.699**	.663**	.647**	.623**	.820**	1	.542**	.526**	.603**	.551**	.539**	.505**	.744**	.894**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_9	Pearson Correlation	.713**	.591**	.616**	.578**	.598**	.575**	.579**	.542**	1	.840**	.913**	.876**	.897**	.863**	.601**	.592**	.840**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_10	Pearson Correlation	.587**	.722**	.575**	.563**	.526**	.553**	.720**	.526**	.840**	1	.852**	.853**	.800**	.823**	.733**	.582**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_11	Pearson Correlation	.662**	.628**	.718**	.861**	.662**	.614**	.596**	.603**	.913**	.852**	1	.928**	.828**	.869**	.611**	.646**	.879**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_12	Pearson Correlation	.632**	.624**	.667**	.693**	.656**	.559**	.576**	.551**	.876**	.853**	.928**	1	.944**	.792**	.604**	.612**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_13	Pearson Correlation	.643**	.566**	.659**	.632**	.696**	.596**	.525**	.539**	.897**	.800**	.926**	.944**	1	.842**	.557**	.603**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_14	Pearson Correlation	.647**	.628**	.626**	.567**	.613**	.731**	.572**	.505**	.863**	.823**	.869**	.792**	.842**	1	.578**	.540**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_15	Pearson Correlation	.558**	.723**	.539**	.582**	.499**	.534**	.898**	.744**	.601**	.733**	.611**	.604**	.557**	.578**	1	.826**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X1_16	Pearson Correlation	.568**	.556**	.588**	.552**	.536**	.528**	.752**	.894**	.592**	.582**	.646**	.612**	.603**	.540**	.826**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
Store Atmosfer	Pearson Correlation	.872**	.874**	.886**	.867**	.859**	.841**	.816**	.792**	.840**	.834**	.879**	.854**	.843**	.829**	.790**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120

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

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	X2_13	X2_14	X2_15	X2_16	Store Environment
X2_1	Pearson Correlation	1	.725**	.724**	.816**	.442**	.448**	.568**	.467**	.670**	.486**	.498**	.560**	.292**	.279**	.361**	.231**	.706**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.002	.000	.011	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2_2	Pearson Correlation	.725**	1	.809**	.780**	.534**	.506**	.499**	.479**	.522**	.730**	.576**	.563**	.396**	.358**	.338**	.265**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2_3	Pearson Correlation	.724**	.809**	1	.668**	.502**	.517**	.482**	.508**	.550**	.633**	.758**	.481**	.424**	.411**	.385**	.351**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.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	120	120	120	120
X2_4	Pearson Correlation	.816**	.780**	.668**	1	.493**	.467**	.547**	.582**	.533**	.516**	.431**	.657**	.345**	.315**	.330**	.310**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2_5	Pearson Correlation	.442**	.534**	.502**	.493**	1	.875**	.819**	.742**	.260**	.345**	.319**	.295**	.731**	.632**	.598**	.477**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.006	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2_6	Pearson Correlation	.449**	.506**	.517**	.497**	.875**	1	.815**	.840**	.231**	.337**	.339**	.290**	.656**	.766**	.586**	.551**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.011	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2_7	Pearson Correlation	.568**	.499**	.482**	.547**	.819**	.815**	1	.814**	.321**	.362**	.320**	.358**	.632**	.625**	.733**	.556**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X2_8	Pearson Correlation	.467**	.479**	.506**	.582**	.742**	.840**	.814**	1	.232**	.309**	.316**	.347**	.557**	.620**	.582**	.697**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.011	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2_9	Pearson Correlation	.670**	.522**	.550**	.533**	.260**	.231**	.321**	.232**	1	.715**	.742**	.818**	.428**	.426**	.566**	.434**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.006	.011	.000	.011		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2_10	Pearson Correlation	.486**	.730**	.633**	.516**	.345**	.337**	.362**	.309**	.715**	1	.845**	.771**	.567**	.570**	.545**	.514**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2_11	Pearson Correlation	.498**	.576**	.758**	.421**	.319**	.339**	.320**	.316**	.742**	.845**	1	.674**	.518**	.546**	.517**	.522**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X2_12	Pearson Correlation	.560**	.563**	.481**	.657**	.295**	.290**	.369**	.347**	.818**	.771**	.674**	1	.507**	.502**	.571**	.576**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2_13	Pearson Correlation	.292**	.396**	.424**	.345**	.731**	.656**	.632**	.557**	.428**	.567**	.518**	.507**	1	.879**	.826**	.762**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X2_14	Pearson Correlation	.279**	.358**	.411**	.315**	.632**	.768**	.625**	.620**	.426**	.570**	.546**	.502**	.879**	1	.798**	.819**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X2_15	Pearson Correlation	.361**	.339**	.388**	.330**	.598**	.586**	.733**	.582**	.566**	.545**	.517**	.571**	.826**	.798**	1	.805**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120
X2_16	Pearson Correlation	.231**	.265**	.351**	.310**	.477**	.551**	.558**	.697**	.434**	.514**	.522**	.578**	.762**	.819**	.805**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.011	.003	.000	.001	.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	120	120	120	120
Store Environment	Pearson Correlation	.706**	.750**	.762**	.728**	.753**	.770**	.786**	.758**	.694**	.764**	.737**	.741**	.791**	.794**	.793**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.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	120	120	120	120

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 10 : UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.972	16

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.949	16

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.962	14

LAMPIRAN 11 : UJI NORMALITAS

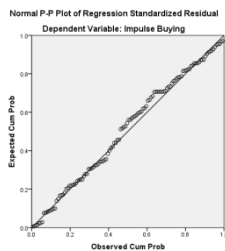
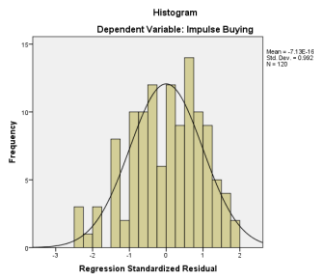
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized

Residual

		Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.59669516
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.037
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.180 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.



LAMPIRAN 13 : UJI AUTOKORELASI

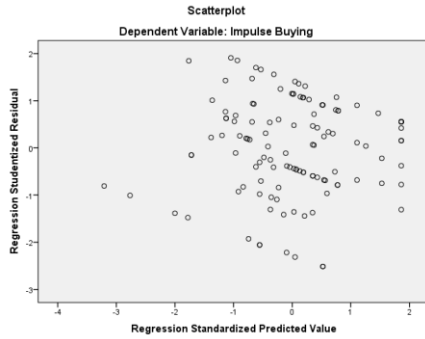
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.423 ^a	.179	.165	7.661	1.635

a. Predictors: (Constant), Store Environment, Store Atmosfer

b. Dependent Variable: Impulse Buying

LAMPIRAN 14 : UJI HETEROSKEDASTISITAS



LAMPIRAN 15 : UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	28.738	6.104
	Store Atmosfer	.196	.063
	Store Environment	.268	.079

LAMPIRAN 16: UJI T

Model		t	Sig.
1	(Constant)	4.708	.000
	Store Atmosfer	3.105	.002
	Store Environment	3.403	.001

LAMPIRAN 17 : UJI F

ANOVA^a

Model		F	Sig.
1	Regression	12.748	.000 ^b
	Residual		
	Total		

LAMPIRAN 18 : KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI
 Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax 031-8281183 Surabaya 60234
 Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: Muji Astutik
Prodi / NIM	: Manajemen / 161500053
Judul Skripsi	: Pengaruh Store Atmosferik dan Store Environment terhadap Impulse buying pada depot dapur Minih Comestikals Kraan Sidoarjo.
Dosen Pembimbing	: Dr. Faehrudy Asjari, S.Psi, M.M. : Ferry Hariawan, S.E., M.M.
Periode Kepembimbingan	: 30 September 2019 s/d 30 Maret 2020

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
	01 Oktober 2019	Revisi Judul	Revisi	/
	01 Oktober 2019	Acc judul	ACC	/
	20 Oktober 2019	REVISI BAB I	REVISI	/
	05 November 2019	REVISI BAB I, BAB II, REVISI	REVISI	/
	07 November 2019	ACC BAB I, REVISI BAB II	ACC/REVISI	/
	13 November 2019	ACC BAB II	ACC	/
	14 Desember 2019	REVISI BAB III	REVISI	/
	16 Desember 2019	REVISI BAB III	REVISI	/
	17 Desember 2019	ACC BAB III	ACC	/
	30 Desember 2019	UTUAN PROPOSAL		/
	24 APRIL 2020	REVISI BAB IV	REVISI	/
	28 APRIL 2020	REVISI BAB IV	REVISI	/
	30 APRIL 2020	BAB IV, V ACC	ACC	/
	20 MEI 2020	BIMBINGAN ARTIKEL	ACC	/

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,



Mahasiswa,

Muji Astutik.

LAMPIRAN 19 : LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 21 Juli 2020

Dosen Pembimbing I



Dr. Fachrudiy Asj'ari, S.Psi., M.M
NIP : 1202612/DY

Dosen Pembimbing II



Ferry Hariawan, S.E., MM
NIP/NPP : 1512763/DY