

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana Aditya. 2018. Peran store Atmosphere, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Café 0.3 Pm Kediri. Artikel. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Dalihade Meigie, James D.D Massie dan Maria V. J Tielung. 2017. Pengarug Potongan Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Impluse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado. ISSN 2303-1174, Volume 5, No 3.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1, Alih Bahasa: Bob Sabran M.M, Erlangga, Jakarta.
- Mulyani, Yuliana. 2009. "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasar Swalayan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada swalayan Luwes di Purwodadi)". *Excellent*, Vol.1, No.2.
- Montung Pamela, Jantje Sepang dan Decky Adare. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru. Universitas Sam Ratulangi Manado. Volume 15, No 5.






- Rachman, Mohammad Munir, 2017. Aplikasi Komputer Statistik. Adi Buana University Press. Surabaya. ISBN: 978-602-5793-23-3.
- Sari, Ratna Dwi Kartika. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Word Of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Mebelian pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Sugiarto Budi dan Hartono Subagio. 2014. Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. UUniversitas Kristen Petra Surabaya. Volume 2, No 1.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta
- 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfabeta.
- Sulfianti, Rahmat Mubaraq dan Harifuddin Thahir. 2015. Pengaruh Citra Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. Universitas Tadulaka. ISSN PRINTED 2443-1850. Volume 1, No 3.
- Utami, C. W. 2012. Perilaku Konsumen dan Komunikasi pemasaran, Remaja Posdakarya Bandung.
- Yamit, Zulian. 2010. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama. Sleman, DI Yogyakarta.

Yumono Hendro dan Syamswana Yuwana. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. Universitas 17 Agustus Surabaya. Volume 2, Nomer 2.

Lampiran 1: Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nining Putri Hikmah
NIM : 161500196
Program Studi : Manajemen
Tanggal Pengajuan Skripsi : 30 September 2019
Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosfer,
Harga, dan Keragaman Produk
Terhadap Kepuasan Pelanggan
di Angkringan Coffee dan Resto
Bapak Sidoarjo.
Dosen Pembimbing : Siti Samsiyah, S.E, MM.
Konsultasi :

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian / Kegiatan	Keterangan
1	3 Oktober 2019		Judul Skripsi	ACC
2	17 Oktober 2019		Matrik	ACC
2	22 Oktober 2019		BAB I	REVISI
3	29 Oktober 2019		BAB I	ACC
4	20 November 2019		BAB II	REVISI
5	26 November 2019		BAB II	ACC

6	3 Desember 2019		BAB III	REVISI
7	9 Desember 2019		BAB III	ACC
9	18 Desember 2019		Kuesioner	REVISI
8	20 Desember 2019		Ujian Proposal	
9	26 Desember 2019		Kuesioner	ACC
10	10 Maret 2020		BAB IV	REVISI
11	18 Maret 2020		BAB IV	ACC
12	8 April 2020		BAB V	REVISI
13	30 April 2020		BAB V	ACC

Tanggal Selesai Menulis Skripsi : 30 April 2020

Surabaya, 20 Juli 2020

Dosen Pembimbing,



Siti Samsiyah, S.E., MM.

NPP : 1511749/DY

Lampiran 2: Surat Balasan Ijin Penelitian

	Angkringan Coffee dan Resto Bapak Sidoarjo Jl. Letjend Sutuyo No. 3 Waru - Sidoarjo 61257 Jawa Timur Telp. 031-85582861, 031-85582296
---	---

Hal : Balasan

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

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan adanya surat dari instansi Bapak/Ibu 191000/01/FE/X/2019 Tanggal 14 Oktober 2019. Perihal: Ijin Penelitian, maka dengan ini kami sampaikan tidak keberatan untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :

Nama : Nining Putri Hikmah
NIM : 161500196
Jurusan : Manajemen
Universitas : PGRI Adi Buana Surabaya

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Angkringan Coffee dan Resto Bapak Sidoarjo dengan permasalahan dan judul :

"Pengaruh Store Atmosfer, Persepsi Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Angkringan Coffee dan Resto Bapak"


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

Surabaya, 04 November 2019

Marketing Angkringan Coffee dan
Resto Bapak Sidoarjo


Cher Sidi

Lampiran 3: Berita Acara Ujian Proposal Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI
 Kampus 3, Dekah Menanggal XII-4, Telp. Fax. 031-8291183 Surabaya 60234
 Website : http://www.upgrisurabaya.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	Nining Putri Hikmah
NIM	161500196
Program Studi	Manajemen
Judul Proposal	Pengaruh Storr Atmosfer, Persepsi Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Angkringan Coffee dan Resto Bapak Sidoarjo

Dihadiri oleh

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	16120000	Ang Anomoro	
2	161500183	Rizka Nurafiqi A.	
3	16020261	Ady Panca	
4	161500057	Muji Astuti	
5	161500174	Pratiwi Rizka A	
6	161500129	Imelda Amanta Tira	
7	161500072	Moch. Amin Warib	
8	16160013	Amalia Gustri Taperini	
9	161600104	Alex Silvamangata	
10	161600050	Laili Nur Apipah	
11	161500124	CHILFI QWI BEILIANDA	
12	161500054	MUDAH PURWANINGSIH	
13	161500123	Nur Aini	
14	161500023	Inggal Citra P	
15	161500182	Riza Ardiansyah	

Surabaya, _____

Penguji : _____

Pembimbing : _____

Scanned by TopScanner

Lampiran 4: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Terima kasih atas kesediaan saudara/i yang berpartisipasi untuk mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Store Atmosfer, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Angkringan Coffee dan Resto Bapak Sidoarjo”. Penelitian ini hanya ditunjukkan untuk responden yang melakukan pembelian di Angkringan Coffee dan Resto Bapak Sidoarjo.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan dijenjang S1 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adibuana Surabaya.

Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang benar-benar demi membantu penelitian ini. Atas kesediaannya saya ucapkan terimakasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Hormat saya,

Nining Putri Hikmah

a) Bagian I: Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

b) Bagian II: Petunjuk Pengisian

1. Baca setiap pernyataan dengan teliti
2. Jawab semua pernyataan yang tersedia dengan jujur
3. Berilah tanda checklist (√) terhadap jawaban yang sesuai dengan pilihan anda
4. Setelah selesai mohon periksa kembali jawaban anda

Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala likert sebagai berikut:

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Store Atmosfer (X₁) Interior (bagian dalam toko)						
1.	Kondisi ruangan Angkringan Coffee dan Resto Bapak bersih dan rapi.					
2.	Pencahayaan pada Angkringan Coffee dan Resto Bapak mampu menarik pelanggan Angkringan tersebut.					
3.	Suhu udara Angkringan Coffee dan Resto Bapak membuat nyaman.					
Exterior (bagian depan toko)						
1.	Papan nama Angkringan Coffee dan Resto Bapak terlihat jelas.					
2.	Angkringan Coffee dan Resto Bapak memiliki tempat parkir yang luas.					
3.	Akses pintu masuk Angkringan Coffee dan Resto Bapak luas sehingga memudahkan masuk kedalam Angkringan tersebut.					
Store Layout (tata ruang toko)						
1.	Sistem penataan barang di Angkringan Coffee dan Resto Bapak rapi.					
2.	Tata letak kursi dan meja di Angkringan Coffee					

	dan Resto Bapak sangat rapi.					
3.	Tersedia banyak ruangan dengan suasana yang berbeda sehingga membuat nyaman.					
<i>Interior Display</i>						
1.	Dekorasi yang indah membuat ingin berlama-lama di Angkringan Coffee dan Resto Bapak.					
2.	Pemasangan dekorasi yang tepat membuat saya ingin berkunjung kembali di Angkringan Coffee dan Resto Bapak.					
Harga (X₂)						
Harga Terjangkau						
1.	Saya memilih Angkringan Coffee dan Resto Bapak karena harganya murah.					
2.	Harga produk yang ditawarkan Angkringan Coffee dan Resto Bapak sangat terjangkau.					
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk						
1.	Produk di Angkringan Coffee dan Resto Bapak memiliki harga yang sesuai dengan kualitas.					
2.	Harga produk Angkringan Coffee dan Resto Bapak sesuai dengan kualitas yang					

	saya harapkan.					
Persaingan Harga						
1.	Harga yang ditawarkan Angkringan Coffee dan Resto Bapak lebih murah dari pesaing.					
2.	Harga murah yang ditawarkan Angkringan Coffee dan Resto Bapak dari pesaing menjadi pilihan saya.					
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat						
1.	Harga produk di Angkringan Coffee dan Resto Bapak sesuai dengan manfaat yang diberikan.					
2.	Produk di Angkringan Coffee dan Resto Bapak sesuai dengan harga yang dibayarkan.					
Keragaman Produk (X₃)						
Kelengkapan Produk						
1.	Variasi produk yang disediakan cukup beragam.					
2.	Produk yang di jual banyak dibutuhkan pelanggan.					
3.	Produk yang dijual lebih lengkap.					
Variasi Ukuran Produk						
1.	Tersedianya produk dengan ukuran yang bervariasi.					

2.	Tersedianya berbagai bentuk dan macam produk yang ditawarkan.					
3.	Variasi dan mutu produk yang tersedia sangat baik.					
Variasi Kualitas Produk						
1.	Produk yang dijual sesuai keinginan.					
2.	Kualitas produk mampu bersaing dengan produk sejenis.					
Kepuasan Pelanggan (Y)						
Kenyamanan Pelanggan Pada Pelayanan						
1.	Saya merasa nyaman ketika membeli makanan / minuman di Angkringan Coffee dan Resto Bapak.					
2.	Pelayanan yang diberikan Angkringan Coffee dan Resto Bapak sesuai dengan harapan saya.					
Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan						
1.	Pelayanan yang diberikan Angkringan Coffee dan Resto Bapak memuaskan bagi saya.					
2.	Saya tidak kecewa dengan pelayanan yang diberikan Angkringan Coffee dan Resto Bapak.					
Terpenuhinya Harapan Pelanggan Setelah Membeli Produk						

1.	Produk yang diberikan Angkringan Coffee dan Resto Bapak sesuai dengan yang saya harapkan.					
2.	Saya puas dengan produk yang diberikan Angkringan Coffee dan Resto Bapak.					
Selalu Membeli Produk						
1.	Saya selalu membeli produk Angkringan Coffee dan Resto Bapak karena sesuai dengan keinginan saya.					
2.	Saya selalu membeli produk Angkringan Coffee dan Resto Bapak sesuai dengan kebutuhan saya.					

Responden	Harga								Skor_X2
	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	
Responden_1	4	5	5	5	5	5	5	5	39
Responden_2	4	5	5	5	5	5	4	3	36
Responden_3	2	4	5	5	4	4	5	4	33
Responden_4	5	4	5	4	4	4	4	5	35
Responden_5	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Responden_6	4	5	5	5	5	5	5	4	38
Responden_7	5	4	4	4	4	4	4	3	32
Responden_8	3	5	5	5	5	5	5	4	37
Responden_9	3	4	4	4	4	4	4	3	30
Responden_10	3	4	4	4	4	4	5	2	30
Responden_11	3	5	5	5	5	5	5	4	37
Responden_12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_13	3	4	5	5	5	5	5	4	36
Responden_14	5	5	5	5	5	5	5	3	38
Responden_15	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Responden_16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_17	4	5	5	5	5	5	5	5	39
Responden_18	5	5	5	5	5	5	5	3	38
Responden_19	2	5	5	5	5	5	5	2	34
Responden_20	3	4	4	4	4	4	4	5	32
Responden_21	4	5	5	5	5	5	5	4	38
Responden_22	5	3	3	3	3	3	3	4	27
Responden_23	5	3	3	3	3	3	3	3	26
Responden_24	4	3	3	4	4	4	3	4	29
Responden_25	4	4	3	4	4	4	3	3	29
Responden_26	4	4	4	4	4	4	4	2	30
Responden_27	4	4	3	3	3	3	3	4	27
Responden_28	3	5	5	5	5	5	5	4	37
Responden_29	2	4	4	4	4	4	4	4	30
Responden_30	2	4	4	4	4	4	4	3	29
Responden_31	5	4	4	4	4	4	4	3	32
Responden_32	4	5	5	5	5	5	5	5	39
Responden_33	4	4	2	4	4	4	4	4	30
Responden_34	4	3	3	4	4	4	4	3	29
Responden_35	3	4	4	4	4	4	4	5	32
Responden_36	4	4	5	5	5	4	4	5	36
Responden_37	4	5	5	5	5	4	4	4	36
Responden_38	5	4	4	4	4	4	4	5	34
Responden_39	2	4	4	5	5	5	4	3	32
Responden_40	3	3	4	3	3	3	4	4	27

Responden	Keragaman Produk								Skor_X3
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	
Responden_1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_3	3	3	4	4	3	4	4	3	28
Responden_4	4	3	3	3	3	3	3	3	25
Responden_5	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_7	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Responden_8	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_10	4	4	4	3	3	3	2	2	25
Responden_11	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_13	3	3	3	3	3	4	4	3	26
Responden_14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_15	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_31	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Responden_32	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_33	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_34	3	4	4	4	4	3	3	3	28
Responden_35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_36	3	3	3	4	4	3	4	3	27
Responden_37	3	3	3	3	3	4	4	4	27
Responden_38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_39	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_40	4	3	3	3	3	4	3	4	28

Responden_81	4	4	4	4	5	5	5	4	35
Responden_82	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_83	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_84	4	3	3	3	3	4	4	4	28
Responden_85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_86	4	3	4	3	3	3	3	4	27
Responden_87	3	4	4	4	3	3	3	3	27
Responden_88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_89	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_90	4	4	3	4	4	3	3	3	28
Responden_91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_92	4	4	4	3	3	4	3	4	29
Responden_93	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_94	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_95	3	4	3	3	3	3	3	3	25
Responden_96	3	4	3	4	4	3	4	3	28
Responden_97	5	5	5	3	5	5	5	5	38
Responden_98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_99	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Responden_100	3	3	3	4	4	3	4	4	28
Responden_101	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_102	4	4	5	4	4	3	4	3	31
Responden_103	5	5	5	4	3	4	4	4	34
Responden_104	4	3	4	3	4	4	4	5	31
Responden_105	5	5	5	5	4	4	4	4	36

Responden	Kepuasan Pelanggan								Skor_Y
	Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_6	Y1_7	Y1_8	
Responden_1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_2	4	5	5	4	5	5	4	4	36
Responden_3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_4	5	5	5	5	5	4	5	5	39
Responden_5	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Responden_6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_7	5	5	5	5	5	4	5	5	39
Responden_8	5	4	5	5	5	4	4	5	37
Responden_9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_10	5	5	5	5	5	4	5	5	39
Responden_11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_12	5	5	4	5	5	4	5	4	37
Responden_13	4	3	4	5	4	4	4	4	32
Responden_14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_15	4	4	3	5	4	4	4	5	33
Responden_16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_20	5	5	5	5	4	4	4	5	37
Responden_21	5	4	5	5	4	3	3	3	32
Responden_22	4	4	4	4	4	4	3	3	30
Responden_23	4	4	4	4	3	4	3	4	30
Responden_24	4	4	5	4	5	4	4	4	34
Responden_25	3	4	3	4	3	4	4	4	29
Responden_26	3	4	4	3	4	3	4	4	29
Responden_27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_29	3	4	4	4	4	3	4	4	30
Responden_30	4	5	4	5	5	4	4	4	35
Responden_31	4	4	5	4	4	5	4	5	35
Responden_32	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Responden_33	4	5	5	4	4	5	5	5	37
Responden_34	4	5	4	4	4	4	4	5	34
Responden_35	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Responden_36	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Responden_37	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Responden_38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_39	5	5	5	5	5	4	5	4	38
Responden_40	4	4	4	4	4	5	4	5	34

Responden_41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_43	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_44	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_48	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_49	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_50	3	3	4	4	4	3	3	4	28
Responden_51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_52	5	5	4	4	4	5	5	4	36
Responden_53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_54	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Responden_55	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden_56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_57	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Responden_58	5	4	4	5	5	4	5	5	37
Responden_59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_60	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Responden_61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_62	5	4	5	4	5	5	4	5	37
Responden_63	4	4	4	4	4	3	4	5	32
Responden_64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_65	4	4	4	5	4	4	3	5	33
Responden_66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_69	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_70	4	4	4	5	5	5	5	5	37
Responden_71	4	3	3	3	5	4	5	5	32
Responden_72	4	4	3	3	4	4	4	4	30
Responden_73	3	4	3	4	4	4	4	4	30
Responden_74	5	4	4	4	4	4	5	4	34
Responden_75	3	4	4	4	3	4	3	4	29
Responden_76	4	3	4	4	3	4	4	3	29
Responden_77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_78	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_79	4	3	4	4	3	4	4	4	30
Responden_80	5	4	4	4	4	5	4	5	35

Responden_81	4	5	4	5	4	4	5	4	35
Responden_82	5	4	4	4	5	5	5	5	37
Responden_83	4	5	5	5	4	5	5	4	37
Responden_84	4	4	4	5	4	5	4	4	34
Responden_85	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Responden_86	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Responden_87	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Responden_88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_89	5	4	5	4	5	5	5	5	38
Responden_90	4	5	4	5	4	4	4	4	34
Responden_91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_93	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_94	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden_97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden_98	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_99	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Responden_100	4	3	3	4	3	3	4	4	28
Responden_101	5	4	4	4	4	4	4	5	34
Responden_102	4	5	5	5	5	5	5	4	38
Responden_103	4	3	3	3	3	3	3	3	25
Responden_104	4	3	3	3	3	3	3	4	26
Responden_105	3	3	3	4	4	4	3	4	28

Lampiran 6: Hasil Olah Data SPSS

HASIL PENGUJIAN DATA PENELITIAN

VARIABEL STORE ATMOSFER

X1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	16	15.2	15.2	18.1
	Setuju	51	48.6	48.6	66.7
	SangatSetuju	35	33.3	33.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Ragu-Ragu	24	20.0	20.0	22.5
	Setuju	62	51.7	51.7	74.2
	Sangat Setuju	31	25.8	25.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	15	14.3	14.3	17.1
	Setuju	53	50.5	50.5	67.6
	SangatSetuju	34	32.4	32.4	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	19	18.1	18.1	21.0
	Setuju	52	49.5	49.5	70.5
	SangatSetuju	31	29.5	29.5	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	4	3.8	3.8	3.8
	Ragu-Ragu	23	21.9	21.9	25.7
	Setuju	49	46.7	46.7	72.4
	SangatSetuju	29	27.6	27.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	16	15.2	15.2	18.1
	Setuju	52	49.5	49.5	67.6
	SangatSetuju	34	32.4	32.4	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X1_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	16	15.2	15.2	18.1
	Setuju	52	49.5	49.5	67.6
	SangatSetuju	34	32.4	32.4	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X1_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	15	14.3	14.3	17.1
	Setuju	53	50.5	50.5	67.6
	SangatSetuju	34	32.4	32.4	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X1_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	17	16.2	16.2	19.0
	Setuju	54	51.4	51.4	70.5
	SangatSetuju	31	29.5	29.5	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X1_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	21	20.0	20.0	22.9
	Setuju	51	48.6	48.6	71.4
	SangatSetuju	30	28.6	28.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X1_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	4	3.8	3.8	3.8
	Ragu-Ragu	25	23.8	23.8	27.6
	Setuju	58	55.2	55.2	82.9
	SangatSetuju	18	17.1	17.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

VARIABEL HARGA

X2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	9	8.6	8.6	8.6
	Ragu-Ragu	19	18.1	18.1	26.7
	Setuju	46	43.8	43.8	70.5
	SangatSetuju	31	29.5	29.5	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	4	3.8	3.8	3.8
	Ragu-Ragu	15	14.3	14.3	18.1
	Setuju	50	47.6	47.6	65.7
	SangatSetuju	36	34.3	34.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-Ragu	14	13.3	13.3	18.1
	Setuju	48	45.7	45.7	63.8
	SangatSetuju	38	36.2	36.2	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X2_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	4	3.8	3.8	3.8
	Ragu-Ragu	17	16.2	16.2	20.0
	Setuju	43	41.0	41.0	61.0
	SangatSetuju	41	39.0	39.0	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X2_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	4	3.8	3.8	3.8
	Ragu-Ragu	16	15.2	15.2	19.0
	Setuju	50	47.6	47.6	66.7
	SangatSetuju	35	33.3	33.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X2_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-Ragu	14	13.3	13.3	18.1
	Setuju	48	45.7	45.7	63.8
	SangatSetuju	38	36.2	36.2	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X2_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	4	3.8	3.8	3.8
	Ragu-Ragu	18	17.1	17.1	21.0
	Setuju	44	41.9	41.9	62.9
	SangatSetuju	39	37.1	37.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X2_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-Ragu	23	21.9	21.9	26.7
	Setuju	51	48.6	48.6	75.2
	SangatSetuju	26	24.8	24.8	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

VARIABEL KERAGAMAN PRODUK

X3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	57	54.3	54.3	56.2
	Setuju	35	33.3	33.3	89.5
	SangatSetuju	11	10.5	10.5	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	57	54.3	54.3	56.2
	Setuju	35	33.3	33.3	89.5
	SangatSetuju	11	10.5	10.5	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X3_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	55	52.4	52.4	55.2
	Setuju	35	33.3	33.3	88.6
	SangatSetuju	12	11.4	11.4	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X3_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	58	55.2	55.2	58.1
	Setuju	37	35.2	35.2	93.3
	SangatSetuju	7	6.7	6.7	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X3_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	58	55.2	55.2	57.1
	Setuju	36	34.3	34.3	91.4
	SangatSetuju	9	8.6	8.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X3_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	57	54.3	54.3	56.2
	Setuju	37	35.2	35.2	91.4
	SangatSetuju	9	8.6	8.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X3_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	55	52.4	52.4	55.2
	Setuju	38	36.2	36.2	91.4
	SangatSetuju	9	8.6	8.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

X3_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	3	2.9	2.9	2.9
	Ragu-Ragu	58	55.2	55.2	58.1
	Setuju	37	35.2	35.2	93.3
	SangatSetuju	7	6.7	6.7	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Y1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	19	18.1	18.1	18.1
	Setuju	43	41.0	41.0	59.0
	SangatSetuju	43	41.0	41.0	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Y1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	21	20.0	20.0	20.0
	Setuju	46	43.8	43.8	63.8
	SangatSetuju	38	36.2	36.2	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Y1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	21	20.0	20.0	20.0
	Setuju	45	42.9	42.9	62.9
	SangatSetuju	39	37.1	37.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Y1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	17	16.2	16.2	16.2
	Setuju	42	40.0	40.0	56.2
	SangatSetuju	46	43.8	43.8	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Y1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	20	19.0	19.0	19.0
	Setuju	42	40.0	40.0	59.0
	SangatSetuju	43	41.0	41.0	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Y1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	20	19.0	19.0	19.0
	Setuju	47	44.8	44.8	63.8
	SangatSetuju	38	36.2	36.2	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Y1_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	21	20.0	20.0	20.0
	Setuju	45	42.9	42.9	62.9
	SangatSetuju	39	37.1	37.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Y1_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	16	15.2	15.2	15.2
	Setuju	43	41.0	41.0	56.2
	SangatSetuju	46	43.8	43.8	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

UJI RELIABILITAS

VARIABEL STORE ATMOSFER

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	11

VARIABEL HARGA

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	8

VARIABEL KERAGAMAN PRODUK

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	8

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Reliability Statistics

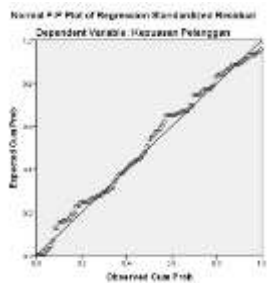
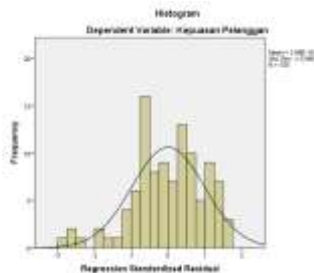
Cronbach's Alpha	N of Items
.958	8

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.28271400
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.046
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099 ^c

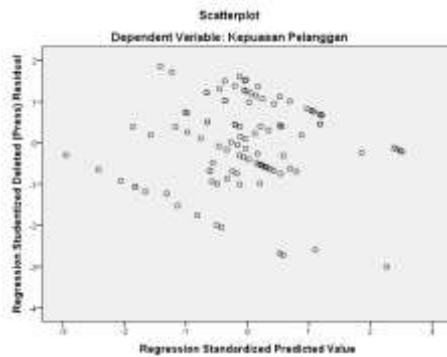
- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.



UJI MULTIKOLINERITAS

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Store Atmosfer	.941	1.062
	Harga	.953	1.049
	KeragamanProduk	.986	1.014

UJI HETEROKEDASTISITAS



UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.557 ^a	.310	.290	4.346	1.576

a. Predictors: (Constant), KeragamanProduk, Harga, Store Atmosfer

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	6.845	4.038
	Store Atmosfer	.233	.066
	Harga	.303	.080
	KeragamanProduk	.234	.085

UJI t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.695	.093
	Store Atmosfer	3.547	.001
	Harga	3.796	.000
	KeragamanProduk	2.746	.007

UJI F

Model		F	Sig.
1	Regression	15.127	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Lampiran 7: Lembar Persetujuan

HALAMAN PERSETUJUAN

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

Tanggal: 28 Juli 2020

Dosen Pembimbing



Siti Samsiyah, SE., M.M


NPP: 1511749/DY

Lampiran 8: Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nining Putri Hikmah
NIM : 161500196
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosfer, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Angkringan Coffee dan Resto Bapak
Tanggal Ujian Skripsi : 28 Juli 2020
Dosen Penguji : 1. Dra. Martha Suhardiyah, SE., M.AK
2. Ferry Hariawan, SE., M.M

Surabaya, 04 Agustus 2020

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	03 Agustus 2020	Pembahasan BAB IV		
2	05 Agustus 2020	Pembahasan BAB IV		

Surabaya, 04 Agustus 2020

Dosen Penguji I



Dra. Martha Suhardiyah, SE., M.AK
NPP: 8602112/DY

Dosen Penguji II



Ferry Hariawan, SE., M.M
NPP: 1512763/DY

Lampiran 9 : Surat Izin Penelitian

**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**
FAKULTAS EKONOMI
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-4281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipri.ac.id>

Nomor : 10/DOC/04/FE/UK/2019
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Angkringan Coffee & Resto Bapak
Il. Letjend Sutoyo No. 3 Waru, 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 : Nining Putri Hikmah
NIM : 161500196
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosfer, Persepsi Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pelanggan di Angkringan Coffee & Resto Bapak Sidoarjo

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


14 Oktober 2019
Dr. Siti Istikhroh, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001