

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DISTRO 308 *ABSOLUT UNSCARED* YOGYAKARTA

Assalamualaikum. Wr.Wb.

Saya Mahasiswa UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan riset pemasaran dengan Judul “Analisis Pengaruh *Store Atmosphere*, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (study pada *distro 308 absolute unscared yogyakarta*) . Informasi dan data yang anda isi di gunakan oleh peneliti sebagai penyusunan tugas riset pemasaran. Diharapkan saudara bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk mengisi daftar pertanyaan/pernyataan dari kuesioner. Terima Kasih

Wassalamuallaikum. Wr. Wb.

I. Identitas Responden

Nama Responden :

Usia : Tahun

Jenis Kelamin : Pria / Wanita

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Untuk pernyataan berikut, dimohon untuk memberi jawaban sesuai dengan keadaan yang dirasakan selama ini, dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi anda), dengan ketentuan :

Tingkat Store Atmosphere, Persepsi Kualitas Produk dan persepsi harga

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Store Atmosphere.

No	PERNYATAAN	Tingkat
----	------------	---------

		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
<i>EXTERIOR</i>						
1	Tempat parkir di distro 308 Absolut Unscared Memiliki tempat parkir yang luas					
2	Papan nama yang mudah terlihat di distro 308 Absolut Unscared Yogyakarta.					
3	Pintu masuk pada distro 308 Absolute Unscared lebar dan penempatan yang tepat					
<i>GENERAL INTERIOR</i>						
4	Pencahayaan pada distro 308 Absolut Unscared yang terang					
5	Pemilihan warna dinding yang menarik di distro 308 Absolute Unscared Yogyakarta.					
6	Kondisi distro 308 Absolute Unscared yang bersih					
7	Aroma pada distro 308 Absolute Unscared yang wangi					
8	Variasi produk yang dijual bermacam-macam					
9	Harga pada distro 308 Absolute Unscared yang tercantum pada rak produk					
<i>STORE LAYOUT</i>						
10	Jarak di pada distro 308 Absolute Unscared antar rak yang lebar					
11	Ruang gerak konsumen di dalam toko tidak sempit					
12	Tersedia gudang untuk penempatan barang					
13	Mengelompokkan produk sesuai dengan jenisnya					
<i>INTERIOR</i>						
14	Tanda penunjuk lokasi produk yang terlihat jelas					

15	Kerapian penataan barang pada rak					
16	Penataan produk dalam rak yang unik					

Kualitas Persepsian Produk

No	PERNYATAAN	Tingkat				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
KECOCOKAN DALAM MEMAKAI PRODUK						
1.	Saya tertarik dan cocok dalam memakai produk 308 absolute unscared					
2.	Distro 308 absolute unscared mampu memberikan produk dengan kualitas yang diinginkan oleh konsumen.					
KANDUNGAN BAHAN BAKU YANG AMAN PADA PRODUK						
3.	Kandungan bahan baku yang diproduksi 308 absolute unscared aman dan nyaman dipakai.					
4.	Bahan yang digunakan pada produk 308 absolute unscared sangat menjamin kualitasnya.					
BEBAS DARI KERUSAKAN ATAU CACAT EFEK SAMPING PEMAKAIAN PRODUK						
5.	Saya tidak pernah menemukan kecacatan atau kerusakan pada produk 308 absolute unscared					
6.	Kualitas yang dimiliki 308 absolute unscared sudah bagus.					
KEMAMPUAN MEMBERIKAN HASIL SEPERTI YANG DIINGINKAN KONSUMEN						
7.	Distro 308 absolute unscared memberikan suatu layanan dan produk yang baik terhadap konsumen.					
8.	Kualitas dari produk 308 absolute unscared mampu memberikan hasil yang memuaskan bagi konsumen.					

KEMAMPUAN MEMENUHI KEBUTUHAN KONSUMEN					
9.	Distro 308 absolute unscared mampu membuat para konsumen tertarik dengan produk yang dikeluarkan.				
10.	Para pegawai 308 absolute unscared memberikan suatu kebutuhan pelayanan yang diinginkan konsumen dengan baik.				

Persepsi Harga

No	PERNYATAAN	Tingkat				
		SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
KESESUAIAN HARGA DENGAN KUALITAS PRODUK						
1	Harga dari distro 308 absolute unscared memiliki kesesuaian dengan kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen					
2	Harga produk yang di jual toko distro 308 absolut unscared Yogyakarta sesuai dengan daya beli masyarakat					
3	Saya puas dengan harga dan kualitas produk yang ada di 308 absolut unscared.					
4.	Harga yang ditawarkan layak dengan kualitas produk.					
KESESUAIAN HARGA DENGAN MANFAAT						
5.	Harga yang diberikan 308 absolute unscared mampu memeberikan manfaat dan kesesuaian pada produk yang dibeli oleh konsumen.					
6.	Saya sangat merasakan manfaat dari produk 308 absolute unscared dengan harga yang terjangkau.					
7.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh pembeli 308 absolute unscared					

HARGA BERSAING					
8.	Produk di distro 308 absolut unscared Yogyakarta memiliki kisaran harga yang sama dengan produk di toko fashion clothing lainnya.				
9.	Harga dari produk 308 absolute Unscared memiliki daya saing yang sepadan dengan clothing lainnya				
10.	Saya membeli produk di distro absolute 308 unscared karena sesuai dengan harga pasar				

Keputusan Pembelian Konsumen

No	PERNYATAAN	Tingkat				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
AKTIF MEMILIH PRODUK						
1	Saya membeli produk di 308 absolute unscared memiliki keragaman produk yang dimiliki 308 absolute unscared.					
2	Aktiv membeli karena kualitas dari produk 308 absolute unscared menarik					
MEMBELI BARANG KARENA ADA PENAWARAN MENARIK						
3	Saya membeli barang di 308 absolute unscared karena adanya promo yang menarik di toko tersebut. Keinginan membeli produk dengan jumlah yang lebih banyak.					
KEINGINAN UNTUK MEMBELI PRODUK DENGAN JUMLAH YANG BANYAK						
4	Dengan kualitas yang bagus saya berkeinginan untuk membeli produk dengan jumlah yang lebih banyak di store 308 Absolute Unscared.					

5.	harga yang terjangkau membuat saya ingin membeli produk 308 Absolute Unscared dengan jumlah lebih dari satu					
----	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2 Tabulasi Data

NO BUTIR ITEM PERYATAAN VARIABEL STORE ATMOSPHERE															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
2	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5
3	4	4	3	5	3	3	4	5	4	4	3	4	3	5	5
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4
3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5
3	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	3	4	5
4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4

4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5
4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5
3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	2	4	4	5	5
3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5

4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5

**NO BUTIR ITEM PERNYATAAN KUALITAS PERSEPSIAN
PRODUK**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	5	5	3	4	4	4	4	5
5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	3	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5

4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5

NO BUTIR ITEM PERNYATAAN PERSEPSI HARGA										SKOR
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44
4	3	4	4	4	3	3	5	4	3	37
4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	40
5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	40
3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	30
4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	40
5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	43
5	3	4	5	4	3	4	5	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	44

4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	45
4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	36
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	44
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	39
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	41
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	41

4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	44
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	40
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	40
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	44
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43

4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	40
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47

NO BUTIR ITEM PERNYATAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN					SKOR
1	2	3	4	5	
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	3	3	4	4	18
3	4	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
4	3	3	3	3	16
4	5	5	5	5	24
4	3	5	4	4	20
5	4	4	3	3	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	4	22
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	5	4	4	21
4	5	4	4	5	22
4	5	4	5	4	22
4	4	3	4	3	18
4	4	4	5	4	21
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21

4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	5	4	21
4	3	4	4	4	19
4	3	3	4	5	19
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	5	4	5	22
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
3	4	4	4	5	20

4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	3	5	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	4	4	5	4	21
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	4	22
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	5	20
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21

4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	4	22
3	4	4	4	5	20

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

1. Store Atmosphere

Correlations

	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	item_13	item_14	item_15	item_16	skor
item_1 Pearson Correlation	1	.524**	.521**	.397**	.224*	.101	.075	-.095	-.044	.247*	.089	.000	.007	.176	.073	.023	.533**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.022	.307	.446	.333	.659	.011	.367	1.000	.940	.072	.462	.815	.000
N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_2 Pearson Correlation	.524**	1	.598**	.557**	.418**	.251**	.038	-.133	-.330**	-.080	-.130	-.020	-.095	.019	-.127	-.008	.347**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.010	.701	.178	.001	.416	.185	.841	.333	.845	.197	.935	.000
N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_3 Pearson Correlation	.521**	.598**	1	.476**	.338**	.143	.053	-.196*	-.184	.016	-.046	.053	-.048	.023	.018	.021	.407**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.149	.592	.046	.061	.869	.640	.590	.630	.816	.859	.834	.000
N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
item_4 Pearson Correlation	.397**	.557**	.476**	1	.400**	.391**	.224*	.013	-.135	-.072	-.177	-.137	-.087	-.051	-.147	-.019	.384**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.022	.892	.170	.465	.071	.165	.376	.605	.133	.844	.000
N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_5 Pearson Correlation	.224*	.418**	.338**	.400**	1	.536**	.091	.037	-.084	-.099	-.225*	-.141	-.094	-.037	-.129	.000	.318**
Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	.000		.000	.355	.710	.394	.316	.021	.152	.342	.706	.188	1.000	.001
N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_6 Pearson Correlation	.101	.251**	.143	.391**	.536**	1	.323**	.224*	-.105	-.110	-.176	-.008	-.149	-.047	-.258**	-.046	.308**
Sig. (2-tailed)	.307	.010	.149	.000	.000		.001	.021	.287	.265	.073	.934	.130	.631	.008	.641	.001

	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_7	Pearson Correlation	.075	.038	.053	.224*	.091	.323**	1	.497**	.178	.090	.065	-.017	.034	.006	-.070	.041	.430**
	Sig. (2-tailed)	.446	.701	.592	.022	.355	.001		.000	.070	.359	.513	.865	.734	.952	.475	.681	.000
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_8	Pearson Correlation	-.095	-.133	-.196*	.013	.037	.224*	.497**	1	.272**	.155	.013	.029	.045	-.061	-.331**	-.126	.242*
	Sig. (2-tailed)	.333	.178	.046	.892	.710	.021	.000		.005	.115	.899	.771	.648	.538	.001	.201	.013
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_9	Pearson Correlation	-.044	-.330**	-.184	-.135	-.084	-.105	.178	.272**	1	.398**	.317**	.153	.163	.075	.029	-.045	.343**
	Sig. (2-tailed)	.659	.001	.061	.170	.394	.287	.070	.005		.000	.001	.120	.097	.450	.768	.650	.000
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_10	Pearson Correlation	.247*	-.080	.016	-.072	-.099	-.110	.090	.155	.398**	1	.502**	.356**	.225*	.203*	.011	-.075	.538**
	Sig. (2-tailed)	.011	.416	.869	.465	.316	.265	.359	.115	.000		.000	.000	.021	.038	.912	.448	.000
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_11	Pearson Correlation	.089	-.130	-.046	-.177	-.225*	-.176	.065	.013	.317**	.502**	1	.507**	.412**	.081	.001	-.079	.426**
	Sig. (2-tailed)	.367	.185	.640	.071	.021	.073	.513	.899	.001	.000		.000	.000	.413	.995	.425	.000
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_12	Pearson Correlation	.000	-.020	.053	-.137	-.141	-.008	-.017	.029	.153	.356**	.507**	1	.278**	.226*	-.016	.056	.440**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.841	.590	.165	.152	.934	.865	.771	.120	.000	.000		.004	.020	.870	.573	.000
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_13	Pearson Correlation	.007	-.095	-.048	-.087	-.094	-.149	.034	.045	.163	.225*	.412**	.278**	1	.226*	.191	-.050	.383**

	Sig. (2-tailed)	.940	.333	.630	.376	.342	.130	.734	.648	.097	.021	.000	.004		.020	.050	.613	.000
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_1	Pearson	.176	.019	.023	-.051	-.037	-.047	.006	-.061	.075	.203*	.081	.226*	.226*	1	.216*	.206*	.390**
4	Correlation																	
	Sig. (2-tailed)	.072	.845	.816	.605	.706	.631	.952	.538	.450	.038	.413	.020	.020		.027	.035	.000
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_1	Pearson	.073	-.127	.018	-.147	-.129	-.258**	-.070	-.331**	.029	.011	.001	-.016	.191	.216*	1	.432**	.143
5	Correlation																	
	Sig. (2-tailed)	.462	.197	.859	.133	.188	.008	.475	.001	.768	.912	.995	.870	.050	.027		.000	.145
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
item_1	Pearson	.023	-.008	.021	-.019	.000	-.046	.041	-.126	-.045	-.075	-.079	.056	-.050	.206*	.432**	1	.202*
6	Correlation																	
	Sig. (2-tailed)	.815	.935	.834	.844	1.000	.641	.681	.201	.650	.448	.425	.573	.613	.035	.000		.039
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
skor	Pearson	.533**	.347**	.407**	.384**	.318**	.308**	.430**	.242*	.343**	.538**	.426**	.440**	.383**	.390**	.143	.202*	1
	Correlation																	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.013	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.145	.039	
	N	105	105	104	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

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

Skor	Pearson Correlation	.435**	.349**	.218*	.335**	.506**	.427**	.639**	.617**	.586**	.438**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.026	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

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

	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Skor	Pearson Correlation	.370**	.457**	.396**	.471**	.419**	.662**	.683**	.465**	.607**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

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

2. Keputusan Pembelian Konsumen

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	skor
item_1	Pearson Correlation	1	.394**	.343**	.089	-.074	.458**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.366	.454	.000
	N	105	105	105	105	105	105
item_2	Pearson Correlation	.394**	1	.469**	.339**	.095	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.334	.000
	N	105	105	105	105	105	105
item_3	Pearson Correlation	.343**	.469**	1	.312**	.145	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.141	.000
	N	105	105	105	105	105	105
item_4	Pearson Correlation	.089	.339**	.312**	1	.403**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.366	.000	.001		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
item_5	Pearson Correlation	-.074	.095	.145	.403**	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	.454	.334	.141	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
Skor	Pearson Correlation	.458**	.676**	.678**	.742**	.582**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

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

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

1. Store Atmosphere

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	104	99.0
	Excluded ^a	1	1.0
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.581	16

2. Kualitas Persepsian Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.596	10

3. Persepsi Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	10

4. Keputusan Pembelian Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	5

5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35405245
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.046
	Negative	-.041
Kolmogorov-Smirnov Z		.470
Asymp. Sig. (2-tailed)		.980

a. Test distribution is Normal.

--	--

Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Deskriptif

1. Store Atmosphere

Statistics

Store_Atmosphere		
N	Valid	105
	Missing	0
Mean		68.44
Std. Error of Mean		.327
Median		69.00
Mode		66
Std. Deviation		3.351
Variance		11.229
Skewness		-.099
Std. Error of Skewness		.236
Range		16
Minimum		62
Maximum		78
Sum		7186

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Store Atmosphere

Store_Atmosphere						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	62	5	4.8	4.8	4.8	
	63	5	4.8	4.8	9.5	
	64	7	6.7	6.7	16.2	
	65	2	1.9	1.9	18.1	
	66	14	13.3	13.3	31.4	
	67	8	7.6	7.6	39.0	
	68	7	6.7	6.7	45.7	
	69	13	12.4	12.4	58.1	
	70	13	12.4	12.4	70.5	
	71	10	9.5	9.5	80.0	
	72	11	10.5	10.5	90.5	
	73	6	5.7	5.7	96.2	
	74	3	2.9	2.9	99.0	
	78	1	1.0	1.0	100.0	
	Total		105	100.0	100.0	

2. Kualitas Persepsian Produk

Statistics

Kualitas_Persepsian_Produk		
N	Valid	105
	Missing	0
Mean		42.66
Std. Error of Mean		.218
Median		43.00
Mode		44
Std. Deviation		2.235
Variance		4.997
Skewness		-.622
Std. Error of Skewness		.236
Range		14
Minimum		35
Maximum		49
Sum		4479

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Persepsian Produk

Kualitas_Persepsian_Produk						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	35	1	1.0	1.0	1.0	
	36	1	1.0	1.0	1.9	
	38	2	1.9	1.9	3.8	
	39	5	4.8	4.8	8.6	
	40	8	7.6	7.6	16.2	
	41	9	8.6	8.6	24.8	
	42	21	20.0	20.0	44.8	
	43	15	14.3	14.3	59.0	
	44	23	21.9	21.9	81.0	
	45	14	13.3	13.3	94.3	
	46	5	4.8	4.8	99.0	
	49	1	1.0	1.0	100.0	
	Total		105	100.0	100.0	

3. Persepsi Harga

Statistics

persepsi_harga		
N	Valid	105
	Missing	0
Mean		42.45
Std. Error of Mean		.255
Median		43.00
Mode		43
Std. Deviation		2.616
Variance		6.846
Skewness		-1.297
Std. Error of Skewness		.236
Range		18
Minimum		30
Maximum		48
Sum		4457

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga

persepsi_harga					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	1.0	1.0	1.0
	36	1	1.0	1.0	1.9
	37	3	2.9	2.9	4.8
	38	3	2.9	2.9	7.6
	39	3	2.9	2.9	10.5
	40	10	9.5	9.5	20.0
	41	7	6.7	6.7	26.7
	42	14	13.3	13.3	40.0
	43	27	25.7	25.7	65.7
	44	20	19.0	19.0	84.8
	45	9	8.6	8.6	93.3
	46	2	1.9	1.9	95.2
	47	4	3.8	3.8	99.0
	48	1	1.0	1.0	100.0
Total		105	100.0	100.0	

4. Keputusan Pembelian Konsumen

Statistics
keputusan_pembelian_konsumen

N	Valid	105
	Missing	0
Mean		21.13
Std. Error of Mean		.148
Median		21.00
Mode		22
Std. Deviation		1.520
Variance		2.309
Skewness		-.096
Std. Error of Skewness		.236
Range		9
Minimum		16
Maximum		25
Sum		2219

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

keputusan_pembelian_konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	1.0	1.0	1.0
	17	1	1.0	1.0	1.9
	18	2	1.9	1.9	3.8
	19	5	4.8	4.8	8.6
	20	27	25.7	25.7	34.3
	21	25	23.8	23.8	58.1
	22	32	30.5	30.5	88.6
	23	5	4.8	4.8	93.3
	24	4	3.8	3.8	97.1
	25	3	2.9	2.9	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda

1. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49.454	3	16.485	8.732	.000 ^a
	Residual	190.680	101	1.888		
	Total	240.133	104			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X3), Store Atmosphere (X1), Kualitas Persepsian Produk (X2)

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

2. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.688	3.451		1.069	.288		
	Store Atmosphere (X1)	.090	.044	.199	2.031	.045	.820	1.220
	Kualitas Persepsian Produk (X2)	.122	.068	.180	1.812	.073	.796	1.256
	Persepsi Harga (X3)	.143	.054	.245	2.650	.009	.916	1.092

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

3. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.688	3.451		1.069	.288		
	Store Atmosphere (X1)	.090	.044	.199	2.031	.045	.820	1.220
	Kualitas Persepsian Produk (X2)	.122	.068	.180	1.812	.073	.796	1.256
	Persepsi Harga (X3)	.143	.054	.245	2.650	.009	.916	1.092

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.454 ^a	.206	.182	1.37401	.206	8.732	3	101	.000	1.983

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X3), Store Atmosphere (X1), Kualitas Persepsian Produk (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)