



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Konsumen Susu Moeria *Cafe* Di Kabupaten Kudus)

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun :

Veny Dwi Apriliani

14030118130086

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2022

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Veny Dwi Apriliani
Nomor Induk Mahasiswa : 14030118130086
Tempat / Tanggal Lahir : Kudus, 30 April 1999
Jurusan / Program Studi : S1-Administrasi Bisnis
Alamat : Ds. Gribig 2/4, Kec. Gebog, Kab. Kudus
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus)

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 4 April 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si
NIP. 195801171987101001

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

Pembuat Pernyataan,



Veny Dwi Apriliani
NIM. 14030118130086

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* dan Keragaman
Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada
Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus)
Nama Penyusun : Veny Dwi Apriliani
NIM : 14030118130086
Fakultas/Departemen : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

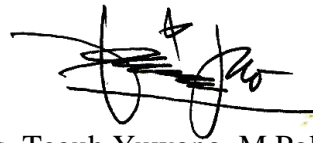
Semarang, 02 Juni 2022

Dekan



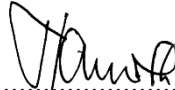

Dr. Hardi Warsono, M.T.P.
NIP 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan 1






Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing :

1. Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si (..........)
2. Prof. Sudharto P.Hadi, MES, Ph.D. (..........)

Dosen Penguji :

1. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D. (..........)
2. Prof. Sudharto P.Hadi, MES, Ph.D. (..........)
3. Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si (..........)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

- (Q.S Al-Baqarah:286)

“Jangan berduka, apapun yang hilang darimu akan kembali lagi dalam wujud lain.”

-Jalaluddin Rumi

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Orang tua saya tercinta, Ibu Rofiah dan Bapak Suyono yang selalu menyayangi, mendoakan dan membimbing penulis untuk tetap berusaha menjadi manusia yang baik.
- Kakak dan adik saya tercinta, Hilda Amalia Khasanah dan Aditya Bagus Saputra yang selalu menyayangi dengan setulus hati, mendoakan dan memberikan dukungan ini.
- Keluarga besar Mbah Sukari yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
- Bapak Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si yang telah menjadi dosen pembimbing saya yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Bapak Prof. Sudharto P. Hadi, MES, Ph.D. yang telah menjadi dosen pembimbing saya yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Ibu Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D. selaku dosen wali yang sudah membantu kegiatan akademik selama masa perkuliahan saya dan selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.

- Ahmad Rijal Firdaus yang sudah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi
- Auliya Nujumul Laily yang sudah menemani dan membantu penulis dalam penelitian lapangan serta memberikan dukungan dan motivasi bagi penulis.
- Teman-temanku Lola, Uni, Arum, Robbi, Fina, dan semua teman-teman kelas XII MIA 5 MAN 2 Kudus yang selalu memberikan motivasi dan pelajaran hidup bagi penulis.
- Teman-teman Ning House Ara, Fatma, Thalia, dan Nadhilah yang selalu kebersamai dan memberikan banyak kenangan yang telah kita lalui selama bangku perkuliahan.
- Teman-teman magang di PT SukunTex, Anita, Aulia, Huda yang kebersamai penulis untuk melewati tahapan-tahapan perkuliahan hingga sampai di titik ini.
- Semua teman-teman Administrasi Bisnis Fisip Undip 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih dan senang bisa mengenal kalian semua. Semoga kita sukses di jalan masing-masing.

Pengaruh *Store Atmosphere* dan keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

(Studi Pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus)

ABSTRAKSI

Meningkatnya industri kuliner di Indonesia berpengaruh dengan munculnya banyak café. Adanya perubahan perilaku masyarakat, café dapat dijadikan sebagai tempat pertemuan, menyelesaikan tugas, maupun tempat bersantai. Dari situlah persaingan menjadi semakin ketat sehingga para pemilik café saling berlomba untuk menciptakan desain café yang menarik serta menu yang beragam. Salah satu tempat kuliner yang merasakan persaingan tersebut adalah Susu Moeria Café yang merupakan salah satu tempat kuliner yang sudah sangat terkenal di Kabupaten Kudus. Permasalahan terjadi karena adanya penurunan penjualan di Susu Moeria Café yang bisa dikatakan cukup drastis pada tahun 2020. *Store atmosphere* dan keragaman produk diduga sebagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian Susu Moeria Cafe. Tipe penelitian adalah *explanatory research* dan pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Susu Moeria Café. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *store atmosphere* dan keragaman produk secara simultan dapat memberi pengaruh yang signifikan, kuat, dan positif pada variabel keputusan pembelian. Secara parsial variabel *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 39,8%, keragaman produk berpengaruh sebesar 52,5%. Secara simultan *store atmosphere* dan keragaman produk berpengaruh sebesar 58,9% terhadap keputusan pembelian.

Disarankan agar Susu Moeria Café menciptakan *store atmosphere* yang baik, serta pengembangan produk untuk meningkatkan keragaman produk yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Susu Moeria Café.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian.

The Effect Of Store Atmosphere and Product Diversity on Purchasing

Decisions

(Study on Susu Moeria Café Consumer in Kudus Regency)

ABSTRAC

The increasing culinary industry in Indonesia is influenced by the emergence of many cafes. With changes in people's life style, cafes also be used as meeting places, completing tasks, or relaxing places. From there, the competition became increasingly fierce, so that cafe owners competed with each other to create attractive café designs and varied menus. One of the culinary places that feel the competition is Susu Moeria Café, which is one of the most well-known culinary places in Kudus Regency. The problem occurred because of a decline in sales at Susu Moeria Café which can be said to be quite drastic in 2020. Store atmosphere and product diversity are suspected as factors that can influence purchasing decisions.

This study aims to determine the effect of store atmosphere and product diversity on purchasing decisions of Susu Moeria Cafe. This research's type is explanatory research and the sampling method use non probability sampling and purposive sampling and accidental sampling methods. Data collection use the questionnaire. The samples are 100 respondents who are consumers of Susu Moeria Café. This research uses quantitative analysis with validity, reliability, correlationcoefficient, determination coefficient, simple and multiple regression, significanceof t and F test.

The result of this study indicate that the variable store atmosphere and product diversity can simultaneously have a significant, strong, and positive influence on the purchasing decisions variable. Partially, the store atmosphere variable contributes on purchasing decisions of 39.8%, product diversity contributes of 52.5%. Simultaneously store atmosphere and product diversity contributes of 58.9% on purchasing decisions.

It is recommended that Susu Moeria Café creates a good store atmosphere, and product development to increase product diversity which in can improve consumer purchasing decisions at Susu Moeria Café.

Keywords: Store Atmosphere, Product Diversity, Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere*, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus)”**

Tidak lupa penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberi bantuan, dorongan, bimbingan, saran dan kritik serta doa sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1-Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
4. Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Prof. Sudharto P. Hadi, MES, Ph. D. selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan akademik bagi penulis selama proses perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu-ilmu baru yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Pihak Susu Moeria Café yang telah memberi kemudahan kepada saya dalam proses pengambilan data dan kesediannya dalam memberikan jawaban yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

9. Seluruh responden atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

Saya menyadari akan kekurangan yang mungkin ditemukan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga saya menerima kritik dan saran bagi kemajuan penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 02 Maret 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Veny' with a stylized flourish extending from the end.

Veny Dwi Apriliani

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRAC	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	13
1.5.2 Keputusan Pembelian.....	16
1.5.3 <i>Store Atmosphere</i>	21
1.5.4 Keragaman Produk.....	24
1.6 Hubungan Antar Variabel	27
1.6.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X_1) dengan Keputusan Pembelian (Y).....	27
1.6.2. Pengaruh Keragaman Produk (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y) ...	27
1.6.3. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X_1) dan Keragaman Produk (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y)	28
1.7 Penelitian Terdahulu.....	29
1.8 Hipotesis Penelitian	30
1.9 Definisi Konsep	32
1.9.1 Keputusan Pembelian (Y).....	32

1.9.2	<i>Store Atmosphere</i> (X_1).....	32
1.9.3	Keragaman Produk (X_2)	32
1.10	Definisi Operasional	32
1.10.1	Keputusan Pembelian (Y).....	32
1.10.2	<i>Store Atmosphere</i> (X_1).....	33
1.10.3	Keragaman Produk (X_2)	33
1.11	Metode Penelitian	33
1.11.1	Tipe Penelitian.....	33
1.11.2	Populasi dan Sampel	34
1.11.3	Teknik Pengambilan Sampling.....	35
1.11.4	Jenis dan Sumber Data	36
1.11.5	Skala Pengukuran	36
1.11.6	Teknik Pengumpulan Data	37
1.11.7	Teknik Pengolahan Data	38
1.11.8	Instrumen Penelitian.....	39
1.11.9	Teknik Analisis Data	39
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		46
2.1	Sejarah Singkat dan Perkembangan Susu Moeria Café.....	46
2.2	Profil Susu Moeria Café.....	48
2.2.1	Visi Susu Moeria Café	48
2.2.2	Misi Susu Moeria Café.....	49
2.2.3	Struktur Organisasi Susu Moeria Café.....	49
2.2.4	Tugas dan Tanggung Jawab	50
2.2.5	Logo Susu Moeria Café.....	51
2.2.6	Fasilitas di Susu Moeria Cafe.....	52
2.2.7	Jam Operasional Susu Moeria Cafe	54
2.2.8	Prosedur Pelayanan Susu Moeria Café	54
2.2.9	Jumlah Staff.....	55
2.2.10	Produk Susu Moeria Café.....	55
2.2.11	Kegiatan Produksi Usaha	58
2.2.12	Kegiatan Pemasaran Produk.....	60
2.3	Identitas Responden	61

2.3.1.	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
2.3.2.	Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	63
2.3.3.	Komposisi Responden Berdasarkan Status Pernikahan	63
2.3.4.	Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
2.3.5.	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	65
2.3.6.	Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	66
2.3.7.	Komposisi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	68
BAB III PENGARUH <i>STORE ATMOSPHERE</i> DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.....		71
(Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus)		71
3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	71
3.1.1	Uji Validitas	72
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	78
3.2	Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i> , Keragaman Produk, dan	80
3.2.1.	Pendapat Responden Terhadap Variabel <i>Store Atmosphere</i>	81
3.2.2.	Pendapat Responden Terhadap Variabel Keragaman Produk.....	101
3.2.3.	Pendapat Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	112
3.3	Analisis Data	123
3.3.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	123
3.3.2	Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian	128
3.3.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Keragaman Produk Terhadap	134
3.4	Pembahasan.....	140
BAB IV PENUTUP		149
4.1	Kesimpulan	149
4.2	Saran	151
DAFTAR PUSTAKA		155
LAMPIRAN.....		159

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Susu Moeria Cafe	8
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 1.3 Menentukan Keeratan Antar Variabel	41
Tabel 2.1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 2.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 2.3 Komposisi Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	64
Tabel 2.4 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
Tabel 2.5 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
Tabel 2.6 Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	67
Tabel 2.7 Komposisi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	69
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel <i>Store Atmosphere</i>	73
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Keragaman Produk	75
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	77
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	79
Tabel 3.5 Lahan Parkir Susu Moeria Cafe	82
Tabel 3.6 Papan Nama yang Terpasang Jelas	83
Tabel 3.7 Pintu Masuk yang Lebar untuk Berjalan Lalang	84
Tabel 3.8 Kondisi Ruangan Nyaman dan Bersih.....	85
Tabel 3.9 Pencahayaan yang Terang.....	86
Tabel 3.10 Suhu Ruangan yang Sesuai	87
Tabel 3.11 Aroma atau Bau yang Tidak Mengganggu	88
Tabel 3.12 Kursi dan Meja yang Tertata dengan Rapi.....	89
Tabel 3.13 Jarak Antar Kursi dan Meja yang Satu dengan Lainnya Lebar Sehingga Memudahkan Kelancaran Pergerakan Konsumen	91
Tabel 3.14 Banner Daftar Menu yang Dipasang Memudahkan Konsumen Memilih Produk yang Akan di Beli	92
Tabel 3.15 Tanda Petunjuk Terpasang dan Terlihat dengan Jelas	93
Tabel 3.16 Gambar dan Hiasan yang Ada Sesuai dengan Tema	94
Tabel 3.17 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i>	96
Tabel 3.18 Kategorisasi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	100
Tabel 3.19 Memiliki Pilihan Produk yang Lengkap	102
Tabel 3.20 Melakukan Inovasi Produk dengan Memberikan Menu Baru	103
Tabel 3.21 Menyediakan Banyak Varian Jenis Produk Makanan dan Minuman	104
Tabel 3.22 Menyediakan Banyak Varian Rasa Makanan dan Minuman.....	105
Tabel 3.23 Menyediakan Berbagai Ukuran Produk.....	106
Tabel 3.24 Produk yang Dijual Selalu Tersedia.....	107
Tabel 3.25 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keragaman Produk	108
Tabel 3.26 Kategorisasi Variabel Keragaman Produk.....	111
Tabel 3.27 Membeli Sesuai dengan Keinginan	113
Tabel 3.28 Membeli Sesuai dengan Kebutuhan.....	114
Tabel 3.29 Merasa Puas dengan Produk yang Dibeli	115

Tabel 3.30 Melakukan Pembelian Ulang	116
Tabel 3.31 Merekomendasikan Kepada Konsumen Lain	117
Tabel 3.32 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	118
Tabel 3.33 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	122
Tabel 3.34 Tabulasi Silang <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian .	123
Tabel 3.35 Koefisien Korelasi <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	124
Tabel 3.36 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	126
Tabel 3.37 Tabulasi Silang Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	129
Tabel 3.38 Koefisien Korelasi Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	130
Tabel 3.39 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	132
Tabel 3.40 Koefisien Korelasi <i>Store Atmosphere</i> dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	135
Tabel 3.41 Hasil Uji Regresi Linier Berganda <i>Store Atmosphere</i> dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	136
Tabel 3.42 Uji F Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hipotesis Penelitian.....	31
Gambar 1.2 Kurva Uji t-test (One Tail).....	44
Gambar 1.3 Kurva Uji F-test (One Tail).....	45
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Susu Moeria Cafe.....	49
Gambar 2.2 Logo Susu Moeria Cafe	51
Gambar 2.3 Prosedur Pelayanan Susu Moeria Cafe	54
Gambar 3.1 Pengujian Hipotesis t Test Variabel Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian.....	128
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis t Test Variabel Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	134
Gambar 3.3 Kurva Uji F Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	140

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	160
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	161
Lampiran 3. Identitas Responden.....	167
Lampiran 4. Tabel Induk.....	176
Lampiran 5. Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	191
Lampiran 6. Uji Validitas Variabel Keragaman Produk.....	192
Lampiran 7. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	193
Lampiran 8. Uji Reliabilitas	194
Lampiran 9. Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	195
Lampiran 10. Uji Regresi Linier Sederhana	196
Lampiran 11. Uji Regresi Linier Berganda.....	197
Lampiran 12. Uji F.....	197
Lampiran 13. Distribusi Nilai R tabel Signifikansi 5% dan 1%	198
Lampiran 14. Distribusi Nilai t Tabel	199
Lampiran 15. Tabel F (Sig 5%)	201