

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Pengaruh Store Atmosphere Cafeteria, Variasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Food Coma Daily Cafeteria)

Bersama ini kami mohon ketersediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner yang ada dibawah ini.informasi yang Saudara/Saudari berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan riset ini.atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Tanggal pengisian :

1. Jenis kelamin : L P

2. Usia : 15-20 20-28 28-35 35-40

3. Pekerjaan : PNS Swasta Pelajar/Mahasiswa
 lain-lain

4. Pendapatan : 500-1jt 1jt-1,5jt 1,5jt-2jt 2jt-3jt

5. Frekuensi Berkunjung : Kunjungan Pertama Kunjungan Kedua
 Kunjungan Lebih Dari Dua Kali

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah sebaik-baiknya setiap pertanyaan dan setiap alternatif jawaban yang diberikan
2. Pilih alternatif jawaban yang sesuai menurut anda dan berikan tanda centang (√)
3. Jika terjadi kesalahan pengisian berikan tanda lingkaran (O) pada jawaban yang salah tersebut.

C. KETERANGAN

Singkatan	Keterangan	Bobot
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

1. Store Atmosphere (X1)

Pernyataan	Alternatif Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
Exterior (Bagian Luar Toko)					
1. Papan nama di Food Coma Daily Cafetaria memiliki desain yang menarik					
2. Pintu masuk di Food Coma Daily Cafetaria nyaman untuk masuk dan keluar					
3. Tempat kendaraan di Food Coma Daily Cafetaria saat parkir aman					
General Interior (bagian dalam ruangan toko)					
4. Area rumah makan di Food Coma Daily Cafetaria Nyaman					
5. Seragam Karyawan di Food Coma Daily Cafetaria dilihat sangat menarik					
6. Fasilitas rumah makan (wastafel dan toilet) di Food Coma Daily Cafetaria terlihat bersih					
Store Layout (Tata letak toko)					
7. Kursi yang tersedia di Food Coma Daily Cafetaria dapat menampung konsumen yang datang					
8. Penataan menu makanan di Food Coma Daily Cafetaria terlihat menarik					
9. Penempatan Meja pembayaran di Food Coma Daily Cafetaria memudahkan Transaksi					
Interior Display (Pemajangan media informasi)					
10. Gambar dan poster di Food Coma Daily Cafetaria terlihat menarik perhatian konsumen					
11. Tanda petunjuk kasir dan toilet di Food Coma Daily Cafetaria terlihat jelas					

Variasi Produk (X2)

Pernyataan	Alternatif Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
Corak (Platting)					
1. Tampilan makanan di Food ComaDaily Cafeteria di bentuk sangat menarik					
2. Piring Penyaji untuk makanan di Food Coma Daily Cafeteria sangat menarik					
3. Pemberian warna pada makanan di Food Coma Daily Cafeteria terlihat unik					
Kualitas					
4. Makanan di Food Coma Daily Cafeteria sangat berkualitas dengan cita rasa produk yg diinginkan konsumen					
5. Mutu Makanan di Food Coma Daily Cafeteria bisa diandalkan sesuai selera konsumen					
Desain					
6. Model desain menu makananyang menarik di Food Coma Daily Cafeteria					
7. Jenis Makanan yang bervariasi di Food Coma Daily Cafeteria yang dihiasi sangat menarik					
8. Bentuk desain Makanan dan Minuman yang menarik di Food Coma Daily Cafeteria					

Harga (X3)

Pernyataan	Alternatif Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
Kesesuaian harga dengan kualitas produk					
1. Saya merasa harga makanan di Food Coma sesuai dengan yang diinginkan					
2. Saya merasa harga makanan di Food Coma Daily Cafeteria sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
Keterjangkauan Harga					
3. Saya merasa harga makanan di Food Coma Daily Cafeteria Terjangkau					
Kesesuaian harga dengan manfaat					
4. Saya merasa harga makanan di Food Coma Daily Cafeteria sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen.					
5. Saya merasa harga makanan sesuai dengan fasilitas yang diberikan di Food Coma Daily Cafeteria					
Daya Saing Harga					
6. Saya merasa harga Makanan di Food Coma Daily Cafeteria dapat bersaing dengan kuliner di tempat lain.					
7. Saya merasa harga yang ditawarkan di Food Coma Daily Cafeteria lebih murah dibandingkan dengan tempat kuliner lain					

Minat Beli Konsumen (Y)

Pernyataan	Aternatif Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
Ketertarikan Mencari Informasi yang lebih tentang produk					
1. Saya Berminat setelah mencari informasi kepada teman atau keluarga saya tentang tempat kuliner Food Coma Daily Cafeteria					
2. Saya Berminat setelah Mengumpulkan informasi tentang produk di Food Coma Daily Cafeteria					
Mempertimbangkan untuk membeli					
3. Saya Berminat untuk Membeli karna saya sudah mempertimbangkan beberapa hal di Food Coma Daily Cafeteria					
4. Saya Berminat untuk membeli makanan di Food Coma Daily Cafeteria dengan memiliki Fasilitas yang nyaman					
Ketertarikan untuk mencoba produk					
5. Saya beminat karna saya tertarik untuk mencoba produk makanan di Food Coma Daily Cafeteria					
6. Saya berminat akan berkunjung kembali karena saya tertarik di Food Coma Daily Cafeteria dengan fasilitas yang sangat memuaskan					
Keinginan Untuk Memiliki Produk					
7. Saya berminat karna keinginan untuk makan di tempat yang menyediakan berbagai makanan di Food Coma Daily Cafeteria					

“Atas partisipasi anda kami ucapkan teimakasih”

LAMPIRAN 2

BAGIAN LUAR & DALAM TOKO



SEMI INDOOR



RUANG OUTDOOR





STAND MAKANAN DAN MINUMAN



AREA PARKIR KENDARAAN



LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS STORE ATMOSPHERE (X1)

Correlations

		SA 1	SA 2	SA 3	SA 4	SA 5	SA 6	SA 7	SA 8	SA 9	SA 10	SA 11	Store total
S A 1	Pearson Correlation	1	645*	548*	690*	352	382*	636*	533*	385*	592*	541*	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.057	.037	.000	.002	.035	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A 2	Pearson Correlation	645**		374*	530*	698*	317	259	472*	530*	319	650*	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.042	.003	.000	.088	.167	.008	.003	.085	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A 3	Pearson Correlation	548**	374*		639*	113	308	503*	553*	526*	477*	422*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.002	.042		.000	.551	.098	.005	.002	.003	.008	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A 4	Pearson Correlation	690**	530*	639*		229	582*	731*	523*	321	471*	308	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.225	.001	.000	.003	.083	.009	.098	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A 5	Pearson Correlation	352	698*	113	229		500*	102	466*	331	234	285	.581**
	Sig. (2-tailed)	.057	.000	.551	.225		.005	.593	.009	.074	.214	.127	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A 6	Pearson Correlation	382*	317	308	582*	500*		568*	390*	137	442*	075	.618**
	Sig. (2-tailed)	.037	.088	.098	.001	.005		.001	.033	.470	.014	.692	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A	Pearson Correlation	636**	259	503*	731*	102	568*		342	172	555*	291	.659**

7	Sig. (2-tailed)	000	167	005	000	593	001		064	363	001	119	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A 8	Pearson Correlation	533**	472*	553*	523*	466*	390*	342		381*	483*	434*	.725**
	Sig. (2-tailed)	002	008	002	003	009	033	064		038	007	017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A 9	Pearson Correlation	385*	530*	526*	321	331	137	172	381*		241	498*	.591**
	Sig. (2-tailed)	035	003	003	083	074	470	363	038		199	005	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A 10	Pearson Correlation	592**	319	477*	471*	234	442*	555*	483*	241		620*	.721**
	Sig. (2-tailed)	001	085	008	009	214	014	001	007	199		000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
S A 11	Pearson Correlation	541**	650*	422*	308	285	075	291	434*	498*	620*		.688**
	Sig. (2-tailed)	002	000	020	098	127	692	119	017	005	000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
St o r e t a l	Pearson Correlation	811**	764*	708*	769*	581*	618*	659*	725*	591*	721*	688*	1
	Sig. (2-tailed)	000	000	000	000	001	000	000	000	001	000	000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).													
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).													

UJI VALIDITAS VARIASI PRODUK (X2)

Correlations

		VP1	VP2	VP3	VP4	VP5	VP 6	VP7	VP8	Skor_total
VP1	Pearson Correlation		709* *	718* *	391* *	405* *	398* *	602* *	457* *	.793**
VP1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.033	.026	.029	.000	.011	.000
VP1	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VP2	Pearson Correlation	709* *		518* *	405* *	296	718**	541* *	459* *	.792**
VP2	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.026	.112	.000	.002	.011	.000
VP2	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VP3	Pearson Correlation	718* *	518* *		326	210	156	247	116	.568**
VP3	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.079	.265	.409	.188	.540	.001
VP3	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VP4	Pearson Correlation	391* *	405* *	326		347	492**	492* *	511* *	.681**
VP4	Sig. (2-tailed)	.033	.026	.079		.060	.006	.006	.004	.000
VP4	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VP5	Pearson Correlation	405* *	296	210	347		462* *	664* *	646* *	.684**
VP5	Sig. (2-tailed)	.026	.112	.265	.060		.010	.000	.000	.000
VP5	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VP6	Pearson Correlation	398* *	718* *	156	492* *	462* *		625* *		.765**

			*		*			*		
	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.409	.006	.010		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VP7	Pearson Correlation	.602*	.541*	.247	.492*	.664**	.625**		.749*	.826**
VP7	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.188	.006	.000	.000		.000	.000
VP7	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VP8	Pearson Correlation	.457*	.459*	.116	.511*	.646**	.644**	.749*		.772**
VP8	Sig. (2-tailed)	.011	.011	.540	.004	.000	.000	.000		.000
VP8	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Skor total	Pearson Correlation	.793*	.792*	.568*	.681*	.684**	.765**	.826*	.772*	1
Skor total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
Skor total	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

UJI VALIDITAS HARGA (X3)

Correlations

		Harga1	Harga 2	Harga 3	Harga 4	Harga 5	Harga 6	Harga 7	Skor_total
Harga1	Pearson Correlation	1	.200	.214	.391*	.658**	.249	.504**	.676**
	Sig. (2-tailed)		.289	.257	.033	.000	.184	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga2	Pearson Correlation	.200	1	.109	.445*	.210	.435*	.150	.538**
	Sig. (2-tailed)	.289		.566	.014	.266	.016	.429	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga3	Pearson Correlation	.214	.109	1	.321	.325	.297	.147	.538**
	Sig. (2-tailed)	.257	.566		.084	.080	.112	.437	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga4	Pearson Correlation	.391*	.445*	.321	1	.507**	.568**	.458*	.784**
	Sig. (2-tailed)	.033	.014	.084		.004	.001	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga5	Pearson Correlation	.658**	.210	.325	.507**		.489**	.766**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.266	.080	.004		.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga6	Pearson Correlation	.249	.435*	.297	.568**	.489**		.325	.694**
	Sig. (2-tailed)	.184	.016	.112	.001	.006		.080	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga7	Pearson Correlation	.504**	.150	.147	.458*	.766**	.325	1	.694**
	Sig. (2-tailed)	.005	.429	.437	.011	.000	.080		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Skor_total	Pearson Correlation	.676**	.538**	.538**	.784**	.819**	.694**	.694**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

UJI VALIDITAS MINAT BELI KONSUMEN (Y)

Correlations

		Mk1	Mk2	Mk3	Mk4	Mk5	Mk6	Mk7	total_skor
Mk 1	Pearson Correlation	1	.415*	.615*	.635**	.317	.310	.471**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.023	.000	.000	.088	.096	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Mk 2	Pearson Correlation	.415*	1	.566*	.776**	.591*	.201	.308	.742**
	Sig. (2-tailed)	.023		.001	.000	.001	.287	.097	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Mk 3	Pearson Correlation	.615*	.566**	1	.615**	.590*	.273	.405*	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.001	.144	.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Mk 4	Pearson Correlation	.635*	.776**	.615*	1	.538*	.388*	.471**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.034	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Mk 5	Pearson Correlation	.317	.591**	.590*	.538**	1	.366*	.665**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.088	.001	.001	.002		.047	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Mk 6	Pearson Correlation	.310	.201	.273	.388*	.366*	1	.498**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.096	.287	.144	.034	.047		.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Mk 7	Pearson Correlation	.471*	.308	.405*	.471**	.665*	.498**	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.009	.097	.026	.009	.000	.005		.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30
total score	Pearson Correlation	.764 [*]	.742 ^{**}	.777 [*]	.853 ^{**}	.723 [*]	.608 ^{**}	.679 ^{**}	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
<p>*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</p>									

UJI REALIBILITAS STORE ATMOSPHERE (X1)	
Reability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	11

UJI REALIBILITAS VARIASI PRODUK (X2)	
Reability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	8

UJI RELIBILITAS HARGA (X3)	
Reability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	7

UJI REABILITAS MINAT BELI KONSUMEN (Y)	
Reability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.857	7

LAMPIRAN 4

UJI KORELASI					
Correlations					
		X1	X2	X3	Y
1	Pearson Correlation	1	.532**	.400**	.437**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
1	N	100	100	100	100
1 2	Pearson Correlation	.532**	1	.621**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
2	N	100	100	100	100
2 3	Pearson Correlation	.400**	.621**	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
3	N	100	100	100	100
3	Pearson Correlation	.437**	.626**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

UJI F (SIMULTAN)						
ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.658	3	2.886	28.830	.000 ^a
	Residual	9.610	96	.100		
	Total	18.268	99			
a. Predictors: (Constant), HargaX3, StoreAtmospherex1, VariasiprodukX2						
b. Dependent Variable: MinatbelikonsumenY						

UJI t (PARSIAL)						
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.047	.513		.092	.927
	StoreAtmospherex1	.157	.122	.113	1.289	.200
	VariasiprodukX2	.419	.120	.359	3.493	.001
	HargaX3	.414	.118	.333	3.505	.001
a. Dependent Variable: MinatbelikonsumenY						

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R ²)				
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.474	.458	.31640
a. Predictors: (Constant), HargaX3, StoreAtmospherex1, VariasiprodukX2				

LAMPIRAN 5

KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm., Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 1.01 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5925982 Psw.238
E-mail : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

Nomor : ζ 24/K/FISIP/IV/2018
Tanggal : 12 April 2018

N a m a : **Liza Fitriyani**
N B I : **1121408098**
Program Studi : **Administrasi Bisnis**
Dosen Pembimbing : **1. Dra. Awin Mulyati, MM**
2. Dra.Hj.Sri Andayani,MM

PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Pengaruh Store Atmosphere Cafeteria , Variasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Food Coma Daily Cafeteria)

Perhatian :

1. Kartu Bimbingan ini harus dibawa dan ditunjukkan Dosen Pembimbing Waktu konsultasi
2. Kartu Bimbingan ini harus diserahkan ke Fakultas Pada waktu pendaftaran Ujian Skripsi
3. Berlaku sampai Akhir Semester Gasal 2018/2019

Dikeluarkan pada Tgl : 12 April 2018

D e k a n, *[Signature]*



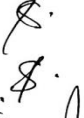
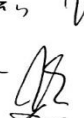
Dr. Endro Hjhono, MM

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw.238
 E-mail : fisip@untag-sby.ac.id

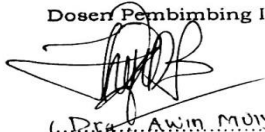
KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
1	12-4-2018	Proposal	Perbaiki Teory, Metpeyambilan sampel	} 
	13-4-2018	Propose	Aee Lanjutkan Bab I ke	
	23-4-2018	Bab I & II	perb II	} 
	27-4-2018	Bab I & II	Perbaikan	
	4-5-2018	Bab VI	Aee (Perbaik Revisi)	} 
	21-5-2018	Questioner	Perbaiki penyektis pernomora	
	23-5-2018	- "	Perbaiki Daftar Pertanyan	} 
	31-5-2018	Questioner Aee	Perbaiki Aee Lanjutkan ke Bab Quest ke	

Bimbingan dinyatakan telah selesai.

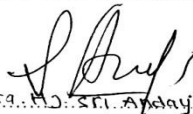
Tanggal : 18 Juli 2018

Dosen Pembimbing I,



(Drs. Awin Mulyati, MM)

Dosen Pembimbing II,



(Drs. Sri Adayana, MM)



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw.238
E-mail : fisp@untag-sby.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
1	9/7/2018	Perubahan Bab IV	Perubahan	§
2	11/7/2018	Kelengkapan	Ace/	§
3	13/7/2018	Bab IV	⊕ alasan kenapa SA tidak signifikan ⊕ Variabel yg mempengaruhi Keput pemb di luar panel ⊕ penyertaan di pembalek	ks u k
4	15/7/2018	Bab I/II Ace	Ace	§
5	17/7/2018	Ace	Ace	k
6				

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal : 18 Juli 2018

Dosen Pembimbing I,

(Dra. Anni Mulyati, M.M.)

Dosen Pembimbing II,

(Dra. Hj. Sri Andayani, M.M.)

PERINTAH REVISI PENGUJI



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi

Gedung: F.101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)

Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw.159

E-mail : feap@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, dosen penguji skripsi dari mahasiswa :

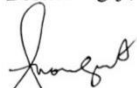
Nama : Liza Fitriani
N. B. I. : 1121408098
Jurusan : Administrasi Bisnis

memerintahkan untuk mengadakan revisi skripsi sebagai berikut :

No.	MATERI	Bab	Hal.
	Diskripsi Unit Harga de. dan Unit Beli		

Surabaya, 1 Agustus 2018

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,


(Dr. IGA Anom Maruta, MM)

Dosen Penguji,


(Dr. IGA Anom Maruta, MM)



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi
Gedung: F .101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw.159
E-mail : fsiap@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, dosen penguji skripsi dari mahasiswa :

N a m a : Liza Fitriani
N. B. I. : 1121408098
Jurusan : Administrasi Bisnis

memerintahkan untuk mengadakan revisi skripsi sebagai berikut :

No.	MATERI	Bab	Hal.

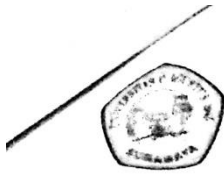
Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

(Dr. Rachmawati Novaria, MM)

Surabaya, 1 Agustus 2018

Dosen Penguji,

(Dr. Rachmawati Novaria, MM)



PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, dosen penguji skripsi dari mahasiswa :

N a m a : Liza Fitriani
N. B. I. : 1121408098
Jurusan : Administrasi Bisnis

memerintahkan untuk mengadakan revisi skripsi sebagai berikut :

No.	MATERI	Bab	Hal.

Surabaya, 1 Agustus 2018

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

(Dra. Awin Mulyati, MM)

Dosen Penguji,

(Dra. Awin Mulyati, MM)

Pengaruh Store Atmosphere Cafeteria, Variasi produk dan Layanan terhadap Minat Beli Konsumen

QUALITY REPORT

27

QUALITY INDEX

%22

INTERNET SOURCES

%8

PUBLICATIONS

%15

STUDENT PAPERS

INTERNET SOURCES

Submitted to Universitas Mercu Buana

Student Paper

%4

media.neliti.com

Internet Source

%2

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

%2

ejournal.stiesia.ac.id

Internet Source

%2

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

%1

sailova.blogspot.com

Internet Source

%1

etheses.iainponorogo.ac.id

Internet Source

%1

idr.uin-antasari.ac.id

Internet Source

%1

www.lawteacher.net