

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Perkenalkan, saya Kornelia mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang sedang membutuhkan responden untuk melengkapi data penelitian. Penelitian ini dilakukan sebagai penyelesaian tugas akhir yakni skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, *Service Quality*, Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya” sebagai syarat untuk dapat menyelesaikan program pendidikan S1 dalam bidang manajemen. Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan anda untuk meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian di bawah ini.

Atas perhatian dan kerja sama anda, saya ucapkan terima kasih.

Ketentuan :

4. Konsumen Toko bakmie Saudagar yang berlokasi di Surabaya
5. Laki-laki atau perempuan dan berusia mulai dari 17 tahun ke atas
6. Pernah melakukan pembelian di Toko bakmie Saudagar minimal 1 kali.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya memenuhi ketentuan yang berlaku. Saya bersedia mengisi kuesioner dan segala data

Ya

A. DATA DIRI RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 Laki-laki
 Perempuan
3. Usia :
 17-25 Tahun
 26-34 Tahun
 \geq 35 Tahun

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Anda dimohon untuk memberikan jawaban dengan memberi tanda (✓) pada kolom jawaban di setiap pernyataan, dengan memilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda sendiri, karena dalam pengisian kuesioner ini tidak mengenal istilah benar dan salah.
2. Keterangan dari jawaban yang tersedia sebagai berikut :

- Sangat Tidak Setuju (STS): Nilai 1**
Tidak Setuju (TS) : Nilai 2
Netral (N) : Nilai 3
Setuju (S) : Nilai 4
Sangat Setuju (SS) : Nilai 5

C. KUESIONER

1. *Store Atmosphere*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	<i>Exterior</i>					
	Lahan Parkir yang disediakan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya terbatas					
	Bangunan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya tampak luar terlihat sempit					
2.	<i>General Interior</i>					
	Suhu di dalam Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya panas					
	Cahaya penerangan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya redup					
3.	<i>Store Layout</i>					
	Penataan meja dan kursi yang disediakan oleh Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya tersusun dengan rapi					
	Fasilitas tambahan yang disediakan oleh Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya lengkap seperti (garpu, sendok, sedotan dan tisu)					
4.	<i>Interior Display</i>					
	Nuansa Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya sangat nyaman					
	Tambahan poster dan gambar di Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya terlihat aesthetic sehingga kita nyaman di dalam resto					

2. Service Quality

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Reabilitas					
	Karyawan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya cepat dalam membuat pesanan					
	Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya konsisten dalam pelayanan (waktu buka dan tutup resto)					
2.	Daya Tanggap					
	Karyawan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya merespon dengan baik dalam menerima kritik dan saran konsumen					
	Karyawan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya selalu memberikan pelayanan dengan sigap					
3.	Jaminan					
	Karyawan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan dengan kemampuan melayani konsumen					
	Karyawan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam menyelesaikan keluhan konsumen					
4.	Empati					
	Karyawan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya berupaya untuk memahami keinginan konsumen					
	Karyawan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya melayani konsumen dengan ramah dan sopan					
5.	Bukti Fisik					
	Karyawan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya berpakaian rapi saat bekerja					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
	Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya lengkap menyediakan makanan pendukung Bakmie seperti (acar, chili oil, saus dan cabai)					

3. Cita Rasa

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1. Aroma						
	Saya menyukai aroma yang muncul dari makanan yang ada di Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya					
	Saya membeli Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya karena aromanya yang menggugah selera					
2. Rasa						
	Rasa pada produk makanan dan minuman yang disajikan oleh Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya sesuai dengan selera saya					
	Bakmie yang disajikan oleh Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya menggunakan bumbu yang pas sehingga terasa nikmat					
3. Tekstur						
	Tekstur bakmie yang dimiliki oleh Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya sesuai ekspektasi saya					
	Saya menyukai Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya karena tekstur mie yang kenyal dan gurih					
4. Suhu (Temperatur)						
	Makanan yang disajikan oleh Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya selalu dalam keadaan hangat					
	Saya menilai makanan yang ada di Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya diolah sampai matang					


4. Persepsi Harga

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Keterjangkauan Harga					
	Makanan di Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya mempunyai harga yang terjangkau bagi semua kalangan					
	Harga yang disediakan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya yang terjangkau menarik minat saya untuk berkunjung kembali					
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk					
	Harga yang ditawarkan oleh Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya sesuai dengan kualitas produk yang saya rasakan					
	Saya merasa bahwa toko bakmie saudagar layak dibayar sesuai dengan harga yang diminta					
3.	Daya Saing Harga					
	Harga yang ditawarkan oleh Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya mampu bersaing dengan pesaing usaha Bakmie lainnya					
	Harga yang ditawarkan oleh Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis lebih ekonomis dibandingkan dengan Bakmie lain					
4.	Kesesuaian Harga pada manfaat					
	Harga yang ditawarkan makanan dan minuman di Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya sesuai dengan manfaat yang ditawarkan oleh produk yang dipilih (varian bakmie dan yamin dengan porsi normal dan spesial)					
5.	Harga dapat mempengaruhi konsumen					
	Harga yang ditawarkan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya dapat mempengaruhi konsumen melakukan pembelian kembali					

5. Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1.	Kesesuaian Harapan					
	Harapan saya terpenuhi ketika makan di Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya, sesuai dengan ekspektasi saya					
	Saya merasa puas karena harga Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya sesuai dengan kemampuan financial saya					
2.	Minat untuk berkunjung kembali					
	Saya akan datang kembali di Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya untuk <i>repeat order</i>					
	Saya merasa puas dengan fasilitas serta pelayanan yang diberikan dan ingin mengunjungi kembali Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya dikemudian hari					
3.	Kesediaan merekomendasikan pada konsumen lainnya					
	Saya merasa tertarik merekomendasikan Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya kepada teman, kerabat dan keluarga saya.					
	Saya akan mempromosikan dengan pesan yang menarik Toko Bakmie Saudagar Cabang Tenggilis Surabaya kepada teman, kerabat dan keluarga saya.					

LAMPIRAN 2. Kartu Bimbingan Skripsi


UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118. Telp (031) 5931800 Pst 140&141 E-mail: feb@untag-sby.ac.id

SEMESTER
 Gasal / ~~Ganj~~
 2023, 2024

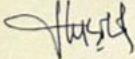
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa / NBI : Kornelia / 1212000035
 Nama Pembimbing : Dr. IA. Sri Brahmyanti, MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere,
 Service Quality, Cita Rasa dan Persepsi Harga
 Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bakmi Saudagar Cabang Tenggilis Sudo

Mulai Program Skripsi : Semester Thn. Ak. Selesai Bimbingan Tanggal.....

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	15 Sept 23	Judul	Acc	ye
2.	2 Okt 23	BAB 1-2	Revisi	ye
3.	11 Okt 23	BAB 3	Revisi	ye
4.	16 Okt 23	BAB 1-3	Acc	ye
5.	20 Okt 23	BAB 1,2,3	Revisi	ye
6.	6 Nov 23	BAB 1,2,3	Acc	ye
7.	20 Des 23	BAB 4,5	Revisi	ye
8.	22 Des 23	BAB 4-5	Acc	ye

Perpanjangan I _____
 Semester : _____
 Th. Ak. : _____
 Paraf KAJUR : _____

Surabaya, 22-12-2023

 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

LAMPIRAN 3. Surat Persetujuan Penelitian



PT. ASTANA SAUDAGAR INDONESIA

Jl. Dharmawangsa No. 70, Kel. Airlangga, Kec. Gubeng, Kota Surabaya, Provinsi
Jawa Timur, Kode Pos: 60286

Telepon : 0821-3162-9228; Email : tokobakmie.saudagar@gmail.com

Perihal : Jawaban Penelitian
Kepada Yth;
Dekan Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru 45, Surabaya
Di tempat.

Dengan hormat,
Merujuk surat saudara perihal permohonan perizinan mengadakan penelitian demi kelancaran proses skripsi ananda KORNELIA dengan NPM 1212000035 fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen kami menyetujui dan tidak keberatan atas prosesnya.
Terima kasih.

Surabaya, 16 Oktober 2023

Eva Karina
Manager Toko Bakmie Saudagar

LAMPIRAN 4. Tabulasi Data Responden

Responden	Jenis Kelamin	Usia
1	Laki-laki	17-25 Tahun
2	Perempuan	17-25 Tahun
3	Perempuan	17-25 Tahun
4	Laki-laki	17-25 Tahun
5	Perempuan	17-25 Tahun
6	Perempuan	17-25 Tahun
7	Perempuan	17-25 Tahun
8	Laki-laki	17-25 Tahun
9	Perempuan	17-25 Tahun
10	Laki-laki	17-25 Tahun
11	Laki-laki	17-25 Tahun
12	Laki-laki	17-25 Tahun
13	Perempuan	17-25 Tahun
14	Laki-laki	17-25 Tahun
15	Laki-laki	17-25 Tahun
16	Laki-laki	17-25 Tahun
17	Laki-laki	17-25 Tahun
18	Perempuan	17-25 Tahun
19	Laki-laki	17-25 Tahun
20	Laki-laki	17-25 Tahun
21	Laki-laki	17-25 Tahun
22	Perempuan	17-25 Tahun
23	Perempuan	17-25 Tahun
24	Perempuan	17-25 Tahun
25	Laki-laki	25-34 Tahun
26	Perempuan	25-34 Tahun
27	Perempuan	17-25 Tahun
28	Perempuan	25-34 Tahun
29	Perempuan	25-34 Tahun
30	Laki-laki	17-25 Tahun
31	Perempuan	≥ 35 Tahun
32	Perempuan	17-25 Tahun
33	Perempuan	17-25 Tahun
34	Perempuan	17-25 Tahun

Responden	Jenis Kelamin	Usia
35	Perempuan	17-25 Tahun
36	Perempuan	≥ 35 Tahun
37	Perempuan	≥ 35 Tahun
38	Perempuan	17-25 Tahun
39	Laki-laki	17-25 Tahun
40	Perempuan	17-25 Tahun
41	Perempuan	17-25 Tahun
42	Perempuan	17-25 Tahun
43	Laki-laki	17-25 Tahun
44	Laki-laki	25-34 Tahun
45	Perempuan	25-34 Tahun
46	Laki-laki	17-25 Tahun
47	Laki-laki	17-25 Tahun
48	Laki-laki	17-25 Tahun
49	Laki-laki	25-34 Tahun
50	Laki-laki	17-25 Tahun
51	Perempuan	25-34 Tahun
52	Laki-laki	25-34 Tahun
53	Perempuan	17-25 Tahun
54	Perempuan	≥ 35 Tahun
55	Perempuan	25-34 Tahun
56	Perempuan	17-25 Tahun
57	Laki-laki	17-25 Tahun
58	Laki-laki	17-25 Tahun
59	Perempuan	17-25 Tahun
60	Laki-laki	25-34 Tahun
61	Perempuan	17-25 Tahun
62	Perempuan	17-25 Tahun
63	Laki-laki	17-25 Tahun
64	Perempuan	25-34 Tahun
65	Laki-laki	≥ 35 Tahun
66	Laki-laki	≥ 35 Tahun
67	Perempuan	17-25 Tahun
68	Perempuan	17-25 Tahun
69	Perempuan	17-25 Tahun
70	Perempuan	17-25 Tahun

Responden	Jenis Kelamin	Usia
71	Perempuan	17-25 Tahun
72	Perempuan	≥ 35 Tahun
73	Perempuan	17-25 Tahun
74	Perempuan	17-25 Tahun
75	Perempuan	25-34 Tahun
76	Perempuan	17-25 Tahun
77	Perempuan	17-25 Tahun
78	Perempuan	17-25 Tahun
79	Perempuan	17-25 Tahun
80	Perempuan	17-25 Tahun
81	Perempuan	17-25 Tahun
82	Perempuan	17-25 Tahun
83	Perempuan	17-25 Tahun
84	Perempuan	17-25 Tahun
85	Perempuan	17-25 Tahun
86	Perempuan	25-34 Tahun
87	Perempuan	17-25 Tahun
88	Perempuan	≥ 35 Tahun
89	Perempuan	17-25 Tahun
90	Perempuan	17-25 Tahun
91	Perempuan	25-34 Tahun
92	Perempuan	≥ 35 Tahun
93	Perempuan	17-25 Tahun
94	Perempuan	17-25 Tahun
95	Perempuan	17-25 Tahun
96	Perempuan	25-34 Tahun
97	Perempuan	17-25 Tahun
98	Perempuan	17-25 Tahun
99	Perempuan	17-25 Tahun
100	Perempuan	17-25 Tahun

LAMPIRAN 5. Tabulasi Variabel Store Atmosphere (X1)

<i>Store Atmosphere (X1)</i>								
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	Total
5	5	4	5	4	5	4	5	37
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	4	4	3	3	2	3	27
4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	3	5	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	3	3	4	3	3	28
5	4	3	5	4	4	4	4	33
5	5	5	5	4	5	5	3	37
5	4	5	4	5	4	5	5	37
3	3	4	4	4	4	3	3	28
4	5	5	3	3	4	2	4	30
3	4	3	4	2	3	3	2	24
5	4	2	1	5	5	5	5	32
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	2	4	3	1	5	4	3	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	4	5	36
4	3	2	4	3	3	3	4	26
5	4	5	4	5	4	5	5	37
3	5	5	5	4	5	4	5	36
5	4	2	2	2	5	4	5	29
4	3	3	1	5	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	5	4	5	5	36
5	5	4	5	4	5	3	5	36
3	4	4	5	3	4	4	4	31
5	4	5	5	4	4	5	4	36
5	4	4	5	5	5	5	4	37
5	5	4	4	4	5	5	4	36

<i>Store Atmosphere (X1)</i>								
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	Total
5	4	4	5	4	3	4	4	33
4	4	4	5	5	5	5	4	36
5	4	4	5	5	4	4	4	35
5	4	4	4	4	5	5	5	36
5	4	4	4	4	4	5	4	34
4	5	5	5	4	5	4	4	36
4	5	4	4	5	4	5	4	35
5	4	5	5	5	4	5	4	37
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	5	4	4	3	4	31
5	3	4	3	5	4	5	4	33
4	5	4	4	4	5	5	4	35
3	3	3	4	3	3	3	2	24
4	5	4	4	4	5	4	5	35
4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	4	3	4	5	3	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	5	34
3	4	4	4	5	4	3	5	32
5	4	4	5	3	3	4	4	32
5	4	5	4	4	4	4	5	35
4	5	4	4	5	5	4	5	36
5	4	4	5	4	4	4	4	34
4	5	4	5	4	4	4	4	34
5	4	4	4	5	4	5	5	36
4	5	5	5	4	4	5	5	37
5	4	5	5	4	4	4	5	36
5	4	5	5	5	4	4	5	37
3	4	3	5	3	5	3	5	31
5	4	5	4	5	4	4	5	36
5	4	4	4	4	5	4	5	35
5	5	5	5	5	4	5	4	38
4	5	5	4	4	5	5	5	37
5	4	5	5	5	4	5	4	37
4	5	4	5	5	4	5	4	36

<i>Store Atmosphere (X1)</i>								
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	Total
5	4	5	5	5	5	4	4	37
5	5	5	4	5	4	4	5	37
4	5	4	4	5	5	5	4	36
5	4	5	5	5	4	5	4	37
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	4	5	5	5	4	5	4	37
4	5	4	5	4	4	4	5	35
4	5	4	4	5	4	5	5	36
5	4	5	5	4	4	5	5	37
5	4	5	4	4	3	4	4	33
5	4	5	4	5	5	5	4	37
4	5	4	4	4	5	4	5	35
5	4	5	5	4	5	5	5	38
4	4	5	4	5	4	5	5	36
4	5	4	5	4	4	4	5	35
4	5	4	4	4	5	4	5	35
4	4	3	4	3	4	4	5	31
5	4	4	5	4	5	4	4	35
5	4	5	4	5	4	5	4	36
5	4	4	5	4	4	4	5	35
4	5	4	4	5	4	5	5	36
5	4	5	4	4	4	5	5	36
1	1	1	1	2	1	2	1	10
5	4	5	4	5	5	5	4	37
5	4	5	4	5	4	5	4	36
4	4	5	4	5	5	4	5	36
5	4	5	5	5	4	5	4	37
4	5	4	4	5	4	5	5	36
5	4	4	5	4	5	5	5	37
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	4	4	5	4	4	5	36
4	4	4	3	4	3	4	4	30

LAMPIRAN 6. Tabulasi Variabel Service Quality (X2)

<i>Service Quality (X2)</i>										
X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	Total
3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	37
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	42
4	4	5	5	4	5	5	5	2	5	44
5	5	4	5	5	4	4	2	3	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	36
5	5	5	5	4	2	4	3	2	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	5	3	2	2	4	4	4	5	5	37
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
2	3	1	5	2	3	5	2	2	1	26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	3	3	3	3	4	5	41
4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45
3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	42
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	40
4	5	3	4	5	4	4	3	4	3	39
4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44
4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	45

<i>Service Quality (X2)</i>										
X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	Total
5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	46
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	44
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	44
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	44
4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	44
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	47
5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	46
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	45
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
3	2	4	3	1	2	3	2	1	3	24
5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	45
4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45
4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	44
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	45
2	5	3	1	4	4	3	5	4	3	34
5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	45
5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	46
4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	44
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	46
4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	44
5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	45
5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	45
5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	46
3	4	3	4	3	5	3	5	3	5	38
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	45
4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44
4	3	5	3	4	3	5	5	5	5	42
4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	44
5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	46

LAMPIRAN 7. Tabulasi Variabel Cita Rasa (X3)

Cita Rasa (X3)								
X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	Total
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	5	5	4	4	3	4	33
5	4	4	5	5	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	4	5	4	5	4	4	34
3	3	4	4	3	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	3	3	3	3	3	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	4	4	4	5	5	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	3	3	3	3	4	3	26
3	2	4	2	3	1	5	5	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	4	4	35
4	5	4	4	5	4	5	5	36
5	4	5	4	3	4	3	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	4	5	5	4	5	5	4	36
4	5	5	4	5	4	4	4	35
4	5	5	5	4	4	5	5	37
5	5	4	4	5	5	4	4	36
4	4	5	5	4	4	4	5	35

Cita Rasa (X3)								
X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	Total
4	5	5	4	4	5	5	5	37
5	5	4	4	5	4	4	5	36
5	4	4	5	5	4	4	4	35
5	5	4	4	5	4	4	5	36
4	4	5	5	4	4	4	5	35
5	4	5	5	5	4	5	4	37
5	4	5	4	4	5	5	5	37
4	4	5	4	5	4	5	5	36
5	5	5	4	4	5	4	5	37
5	4	5	4	5	5	5	4	37
5	5	4	4	4	5	4	5	36
4	4	4	5	5	5	4	5	36
5	5	5	4	5	4	4	4	36
1	2	3	1	1	1	2	3	14
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	4	5	5	5	5	4	4	37
5	4	5	5	4	4	5	5	37
5	5	4	5	5	4	4	4	36
5	4	3	1	3	4	3	2	25
5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	4	4	5	4	4	5	5	36
4	4	4	5	5	5	4	5	36
5	5	5	4	5	4	5	4	37
5	4	5	5	4	4	5	4	36
5	4	5	5	5	4	4	5	37
4	5	4	5	4	4	5	4	35
5	5	5	4	4	5	4	5	37
5	5	5	4	4	5	4	5	37
3	4	3	4	3	5	3	5	30
5	4	5	5	5	4	5	4	37
5	4	4	4	5	4	5	5	36
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	3	2	1	3	4	2	4	24
4	5	4	4	4	5	4	5	35
4	4	4	5	4	5	4	5	35

LAMPIRAN 8. Tabulasi Variabel Persepsi Harga (X4)

Persepsi Harga (X4)								
X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	X4_6	X4_7	X4_8	Total
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	4	5	4	5	4	5	36
3	3	4	3	4	4	3	3	27
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	5	5	5	5	4	1	35
4	4	4	4	3	4	4	5	32
4	3	3	3	4	3	3	3	26
5	5	5	5	5	5	5	3	38
4	3	3	3	4	3	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	4	5	5	5	2	5	4	35
4	4	4	4	2	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	3	38
3	3	3	3	3	4	4	3	26
3	3	1	2	3	4	2	5	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	5	4	5	5	4	4	5	37
5	2	4	4	4	5	5	1	30
2	4	5	4	3	4	3	4	29
5	1	5	5	5	5	5	5	36
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	4	5	4	5	4	5	36
2	5	5	5	4	4	5	5	35
5	3	4	4	1	5	3	5	30
3	4	4	4	5	4	5	4	33
4	5	3	5	4	5	5	5	36
3	4	2	5	4	4	4	5	31
5	4	4	3	5	5	4	5	35

Persepsi Harga (X4)								
X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	X4_6	X4_7	X4_8	Total
2	2	5	5	4	4	5	5	32
5	4	4	5	5	5	4	4	36
3	4	2	5	4	2	5	4	29
5	5	4	4	5	5	4	4	36
2	4	3	4	5	5	5	5	33
4	5	4	4	3	3	4	5	32
4	4	5	4	5	5	4	5	36
5	3	4	4	5	5	5	4	35
3	5	2	4	5	5	5	4	33
4	1	4	5	4	5	5	5	33
5	4	4	4	5	5	4	5	36
3	4	3	5	4	4	5	4	32
2	5	5	4	5	4	5	4	34
2	3	2	3	2	3	2	3	20
5	5	5	4	5	4	4	5	37
4	5	4	4	4	5	5	4	35
1	4	5	5	4	5	4	4	32
5	4	5	4	5	5	4	4	36
4	3	4	2	4	3	4	3	27
5	4	5	4	5	5	5	4	37
2	4	5	5	4	5	4	4	33
5	3	3	4	4	4	5	5	33
3	5	5	4	4	5	4	5	35
4	5	4	4	5	4	5	5	36
5	4	4	5	5	5	4	4	36
4	5	2	5	5	5	4	5	35
4	4	5	5	5	4	5	4	36
5	4	5	4	4	4	5	5	36
3	5	3	4	3	5	3	4	30
4	5	4	5	5	4	4	5	36
4	5	4	5	4	4	5	4	35
5	4	5	5	4	5	4	4	36
5	3	2	4	5	3	4	5	31
3	4	5	2	4	4	5	4	31
5	4	5	5	5	5	4	4	37

LAMPIRAN 9. Tabulasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan Konsumen (Y)						
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Total
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	5	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	4	4	25
3	4	4	3	4	3	21
5	5	3	5	5	5	28
4	4	4	4	3	4	23
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
5	3	5	4	4	4	25
4	4	4	4	3	3	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	3	5	4	3	2	21
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	4	5	29
4	5	5	4	4	5	27
4	5	5	5	5	5	29
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	4	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	5	4	5	27
5	5	4	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	29
4	4	5	5	4	4	26
4	5	5	4	5	5	28
5	4	4	4	5	5	27
5	4	5	4	4	5	27

Kepuasan Konsumen (Y)						
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Total
5	4	4	5	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	5	5	4	27
5	4	4	5	5	4	27
5	4	5	5	4	5	28
4	5	4	5	5	4	27
5	4	4	5	4	5	27
5	5	5	5	4	4	28
4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	4	5	5	27
4	5	4	4	4	5	26
5	4	5	5	4	4	27
3	2	3	2	3	2	15
5	4	5	5	4	5	28
4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	4	4	5	28
5	5	5	4	5	4	28
4	5	1	5	2	3	20
4	4	5	5	5	4	27
5	4	5	5	4	4	27
5	4	5	4	5	5	28
5	5	5	4	5	4	28
4	5	4	4	4	5	26
5	5	5	4	4	5	28
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26
5	4	5	4	5	5	28
3	4	5	3	4	3	22
5	5	5	4	4	5	28
5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	4	4	5	27
3	4	5	5	4	5	26
4	5	4	4	5	5	27
5	4	5	5	4	4	27

Kepuasan Konsumen (Y)						
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Total
5	5	5	4	5	4	28
4	5	5	4	5	5	28
4	4	4	5	4	5	26
5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	5	4	4	26
4	5	5	4	5	4	27
5	4	5	4	5	4	27
4	4	5	5	4	5	27
4	5	4	4	5	5	27
5	4	5	4	5	5	28
4	4	5	4	5	5	27
5	5	4	4	5	4	27
5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	4	5	5	28
5	4	5	5	5	4	28
4	5	4	5	4	4	26
4	4	4	5	4	5	26
4	5	4	5	4	4	26
2	2	2	2	2	2	12
5	4	5	5	4	4	27
4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	5	4	5	28
5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	4	5	4	28
2	2	2	2	2	2	12
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24

LAMPIRAN 10. Karakteristik Responden

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	75	75.0	75.0	75.0
	26-34	16	16.0	16.0	91.0
	>35	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	30	30.0	30.0	30.0
	PEREMPUAN	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 11. Hasil Analisis Mean***Store Atmosphere (X1)*****Statistics**

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	TOTAL_X1
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.36	4.19	4.16	4.21	4.17	4.20	4.22	4.31	33.94
Std. Error of Mean		.075	.071	.081	.087	.084	.072	.077	.079	.423
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	36.00
Mode		5	4	4	4	4	4	4	5	36
Std. Deviation		.746	.706	.813	.868	.842	.725	.773	.787	4.230
Variance		.556	.499	.661	.753	.708	.525	.598	.620	17.895
Range		4	4	4	4	4	4	3	4	30
Minimum		1	1	1	1	1	1	2	1	10
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	40
Sum		436	419	416	421	417	420	422	431	3394

Service Quality (X2)**Statistics**

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	TOTAL_X2
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.19	4.37	4.18	4.20	4.14	4.23	4.24	4.34	4.18	4.27	42.34
Std. Error of Mean		.076	.076	.080	.078	.080	.074	.068	.076	.078	.078	.557
Median		4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	44.00
Mode		4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	45
Std. Deviation		.761	.761	.796	.778	.804	.737	.683	.755	.783	.777	5.571
Variance		.580	.579	.634	.606	.647	.543	.467	.570	.614	.603	31.035
Range		3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	30
Minimum		2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	20
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Sum		419	437	418	420	414	423	424	434	418	427	4234

Cita Rasa (X3)**Statistics**

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	TOTAL_X3
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.36	4.27	4.33	4.23	4.26	4.23	4.23	4.42	34.33
Std. Error of Mean		.081	.076	.075	.091	.081	.080	.076	.074	.494
Median		5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	36.00
Mode		5	4	5	4	5	4	4	5	37
Std. Deviation		.811	.763	.753	.908	.812	.802	.763	.741	4.938
Variance		.657	.583	.567	.825	.659	.644	.583	.549	24.385
Range		4	3	3	4	4	4	3	3	26
Minimum		1	2	2	1	1	1	2	2	14

Maximum	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Sum	436	427	433	423	426	423	423	442	3433

Persepsi Harga (X4)

Statistics

		X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	X4_6	X4_7	X4_8	TOTAL_X4
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.22	4.27	4.10	4.12	4.18	4.16	4.11	4.15	33.31
Std. Error of Mean		.084	.078	.076	.071	.069	.075	.067	.069	.434
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	34.50
Mode		4	5	4	4	4	4	4	4	36
Std. Deviation		.836	.777	.759	.715	.687	.748	.665	.687	4.343
Variance		.699	.603	.576	.511	.472	.560	.442	.472	18.863
Range		4	3	4	3	3	3	3	3	25
Minimum		1	2	1	2	2	2	2	2	15
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	40
Sum		422	427	410	412	418	416	411	415	3331

Kepuasan Konsumen (Y)

Statistics

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	TOTAL_Y
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.37	4.34	4.40	4.33	4.28	4.37	26.09
Std. Error of Mean		.071	.071	.078	.071	.074	.080	.338
Median		4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	27.00
Mode		5	4	5	4	4	5	28
Std. Deviation		.706	.714	.778	.711	.740	.800	3.379
Variance		.498	.509	.606	.506	.547	.639	11.416
Range		3	3	4	3	3	3	18

X2_5	Pearson Correlation	.616**	.459**	.528**	.423**	1	.525**	.526**	.520**	.569**	.489**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_6	Pearson Correlation	.516**	.532**	.480**	.395**	.525**	1	.451**	.603**	.488**	.579**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_7	Pearson Correlation	.416**	.430**	.421**	.459**	.526**	.451**	1	.369**	.503**	.391**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_8	Pearson Correlation	.378**	.640**	.435**	.261**	.520**	.603**	.369**	1	.527**	.565**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_9	Pearson Correlation	.501**	.582**	.514**	.371**	.569**	.488**	.503**	.527**	1	.434**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_10	Pearson Correlation	.510**	.445**	.574**	.378**	.489**	.579**	.391**	.565**	.434**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.775**	.692**	.749**	.641**	.778**	.761**	.673**	.726**	.754**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Cita Rasa (X3)

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	TOTAL_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.511**	.631**	.463**	.685**	.570**	.452**	.435**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	.511**	1	.476**	.536**	.570**	.656**	.447**	.512**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	.631**	.476**	1	.641**	.618**	.509**	.622**	.546**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	.463**	.536**	.641**	1	.658**	.550**	.578**	.530**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_5	Pearson Correlation	.685**	.570**	.618**	.658**	1	.543**	.669**	.505**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_6	Pearson Correlation	.570**	.656**	.509**	.550**	.543**	1	.342**	.533**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_7	Pearson Correlation	.452**	.447**	.622**	.578**	.669**	.342**	1	.488**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_8	Pearson Correlation	.435**	.512**	.546**	.530**	.505**	.533**	.488**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.765**	.756**	.810**	.807**	.848**	.758**	.738**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Kepuasan Konsumen (Y)
Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	TOTAL_Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.369**	.592**	.499**	.554**	.596**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	.369**	1	.244*	.533**	.507**	.556**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000		.015	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	.592**	.244*	1	.343**	.575**	.506**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	.499**	.533**	.343**	1	.341**	.529**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_5	Pearson Correlation	.554**	.507**	.575**	.341**	1	.609**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_6	Pearson Correlation	.596**	.556**	.506**	.529**	.609**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.791**	.699**	.723**	.706**	.790**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

LAMPIRAN 13. Hasil Analisis Uji Reliabilitas**1. *Store Atmosphere*****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	8

2. *Service Quality***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	10

3. *Cita Rasa***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	8

4. *Persepsi Harga***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	8

5. *Kepuasan Konsumen***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	6

LAMPIRAN 14. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

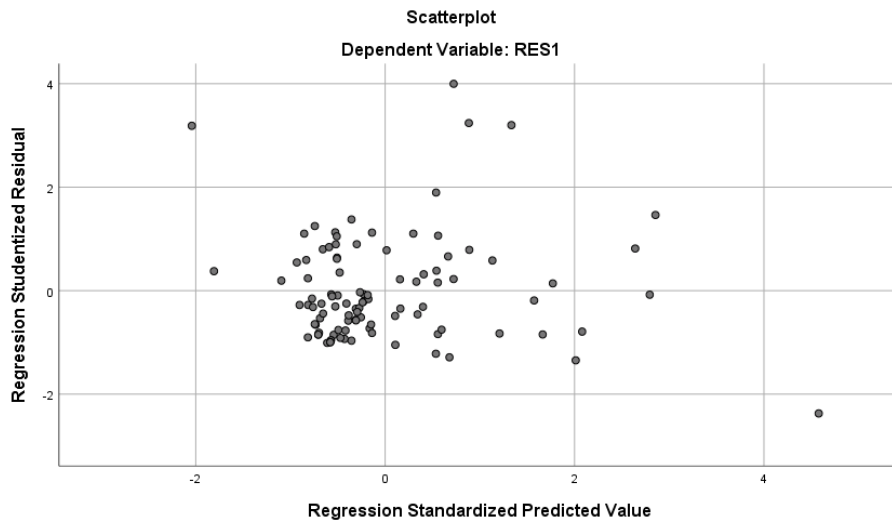
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28005426
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.041
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a													
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	1.000	1.075		.931	.354	-1.133	3.134						
Store Atmosphere	.088	.042	.110	2.080	.040	.004	.172	.707	.209	.076	.476	2.103	
Service Quality	.156	.050	.258	3.153	.002	.058	.255	.878	.308	.115	.201	4.978	
Cita Rasa	.330	.051	.482	6.475	.000	.229	.431	.901	.553	.237	.242	4.135	
Persepsi Harga	.125	.055	.161	2.269	.026	.016	.234	.836	.227	.083	.267	3.743	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

3. Uji Heterokedastisitas



LAMPIRAN 15. Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1.000	1.075		.931	.354
Store Atmosphere	.088	.042	.110	2.080	.040
Service Quality	.156	.050	.258	3.153	.002
Cita Rasa	.330	.051	.482	6.475	.000
Persepsi Harga	.125	.055	.161	2.269	.026

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN 16. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.934 ^a	.873	.867	1.231

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Store Atmosphere, Cita Rasa, Service Quality

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN 17. Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	986.342	4	246.586	162.850	.000 ^b
	Residual	143.848	95	1.514		
	Total	1130.190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Store Atmosphere, Cita Rasa, Service Quality

LAMPIRAN 18. Hasil Analisis Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.000	1.075		.931	.354
	Store Atmosphere	.088	.042	.110	2.080	.040
	Service Quality	.156	.050	.258	3.153	.002
	Cita Rasa	.330	.051	.482	6.475	.000
	Persepsi Harga	.125	.055	.161	2.269	.026

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN 19 Hasil Cek Plagiasi

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY, CITA RASA DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO BAKMIE SAUDAGAR CABANG TENGGILIS SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

19%	25%	17%	18%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	6%
2	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	3%
3	online-journal.unja.ac.id Internet Source	1%
4	repofeb.undip.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1%
6	jmas.unbari.ac.id Internet Source	1%
7	ecampus.pelitabangsa.ac.id Internet Source	1%
8	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1%