

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan tentang pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli Konsumen pada kedai giyong mataram sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t *variable instore* (X1) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada Kedai Giyong Kekalik Mataram dilihat dari t hitung sebesar 4.744, T tabel sebesar 1.97769 dengan nilai signifikansi 0.000 yang berarti nilai T hitung > T tabel dan probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0,05 persen, maka secara parsial *variable instore* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y).
2. Berdasarkan hasil uji t *variable outstore* (X2) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada Kedai Giyong Kekalik Mataram dilihat dari t hitung sebesar 1.880, T tabel sebesar 1.97769 dengan nilai signifikansi 0,062 yang berarti nilai T hitung < T tabel dan probabilitas kesalahan lebih besar dari 0.05 persen, maka secara parsial *variable outstore* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y).
1. Berdasarkan Koefisien determinasi R<sup>2</sup> bahwa *variable instore* dan *outstore* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kedai Giyong Kekalik Mataram. Dilihat dari hasil analisa determinasi koefisien R<sup>2</sup> sebesar 30,8%, sedangkan sisanya sebesar 69,2% dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini, misalnya penetapan harga, pengaruh pembelian, pelayanan, dan sebagainya.

## 5.2. Saran-saran

Untuk dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi Kedai Giyong dan sebagai referensi peneliti selanjutnya, maka penulis mengajukan saran yaitu:

2. Bagi Kedai Giyong hendaknya mempertahankan *variable store atmosphere* yang sudah ada dan dinilai baik oleh konsumen diantaranya adalah *variable instore*. Serta memperhatikan kembali variabel yang selama ini masih dianggap kurang oleh konsumen yaitu *variable outstore*.
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk pemilihan populasi dan sampel dapat dilakukan pada seluruh konsumen yang berkunjung ke Kedai Giyong baik konsumen yang hanya berkunjung untuk santai ataupun yang melakukan pembelian. Dengan demikian permasalahan yang diteliti tidak hanya tentang minat beli konsumen tetapi tentang pembelian dan kunjungan secara berulang-ulang bisa diteliti. Adapun untuk peneliti selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi pembelian ulang, misalnya penetapan harga, pengaruh pembelian, pelayanan, dan sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji prasetyo restu. 2015 . ‘‘Pengaruh store atmosphere, Keragaman produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Mirota Batik Yogyakarta’’, Yogyakarta
- Agus Sujanto. 2001 . *Psikologi kepribadian*. Bumi Aksara: Jakarta
- Astuti. 2010 . *Bahan Dasar Untuk pelayanan Konseling Pada Satuan Pendidikan Menengah*. Jilid I. Jakarta: Pt Grasindo. Carpenito.
- .Arikunto, S. 2002 . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Asdi. Mahasatya.
- Azwar. 2007 . *Teknik uji validitas*.
- Berman dan Evan. 2007 . ‘‘Retail Management’’. Alfabeta.
- Ghozali. 2007 . ‘‘Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS’’. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011 . ‘‘Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS’’. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husain dan Ali. 2015 . Effect of Store Atmosphere On Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 7, No.2.
- Hartono. 2004 . *Teknik pengambilan Sampel*.
- Kotler dan Keller. 2009 . *Manajemen Pemasaran*. Ilid I. Edisi ke 13 jakarta: Erlangg. Alma, Buchar.
- Maholtra. 2004 . *Teknik pengambilan Sampel*.

Meldarianda dan Lisan. 2010 . Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Niat beli Pada Resort Cace *Atmosphere* Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* (JBE), Vol.17, No.2.

Meliyani rizka. 2017 . ‘’Pengaruh Dimensi Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kfc Coffee Kedaton Bandar Lampung’’.

Prof. Dr. Sugiyono.2013 . Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D; Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2017 . Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. 2014 . Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. 2015 . Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. 2013 . Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sutisna dan Pawitra. 2001 . *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Sutisna. 2001 . *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*: Bandung.

Syafik. 2011 .’’Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Eva Bakery Gresik’’ . Manajemen. Fakultas Ekonomi.

Utami. 2006 . ‘ *Manajemen Ritel*’’ Penerbit Andi. Bandung.

**Sumber lain**

<https://Kuliner-modern.Kampung-media.com/>

<https://m.kontan.Co.id/2019//menteri-perindustrian/>

[www.mataramkota.go.id](http://www.mataramkota.go.id)







## LAMPIRAN

### PROGRAM S1 ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

No. Kuesioner : \_\_\_\_\_

Mataram, 10 Maret 2019

#### PENGANTAR

Perihal : Permohonan Pengisian Berkas Angket

Kepada Yth. : Sdr/Sdri Responden

Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen”** dengan lokasi penelitian Di Kedai Giyong Mataram. Sehubungan dengan hal itu, maka saya mohon kesediaan Sdr/Sdri untuk mengisi daftar pernyataan tersebut, yang semata – mata dimaksudkan hanya untuk tujuan ilmu pengetahuan dan tidak ada maksud lain. Adapun untuk mengisi daftar pernyataan maupun identitas responden, dimohon Sdr/Sdri mengisi dengan keadaan yang sebenarnya. Atas bantuan Sdr/Sdri diucapkan Terimakasih.

Hormat Saya,

Sopian Rejeki

## KUESIONER PROFIL RESPONDEN

### Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan memberikan tanda (X) pada tempat yang telah disediakan.

### A. IDENTITAS RESPONDEN

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin :
  - a. Wanita
  - b. Pria
- 3) Usia :
- 4) Pendidikan :
- 5) Pekerjaan :

### B. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- CS : Cukup Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak setuju

**A. STORE ATMOSPHERE (OUTSTORE DAN INSTORE)**

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
	<i>INSTORE</i>					
1	Lantai Kedai Giyong sangatlah bersih dan nyaman untuk dikunjungi					
2	Warna dan pencahayaan di Kedai Giyong cukup menarik dan terang sehingga menarik di lihat					
3	Dengan menjaga kebersihan di Kedai Giyong memberikan aroma yang harum dan nyaman di tambah dengan adanya musik yang membuat nyaman untuk berkunjung					
4	Sistem penataan meja di Kedai Giyong sangat rapi					
5	Tekstur tembok Kedai Giyong sangatlah bagus					
6	Suhu udara di Kedai Giyong membuat saya nyaman					
7	Lebar jalan masuk Kedai Giyong Sangat Pas untuk berjalan masuk kedalam					
8	Kedai Giyong mempunyai area ruang dalam ( <i>Instore</i> ) cukup besar					
9	Karyawan-karyawan di Kedai Giyong sangat ramah					
10	Makanan dan minuman di Kedai Giyong harganya terjangkau					
11	Kasir di Kedai Giyong sangat ramah					
12	Kedai Giyong selalu menggunakan					



	teknologi yang modern					
13	Terdapat kesesuaian antara pengaturan <i>Outstore</i> dan <i>instore</i> di Kedai Giyong sehingga memberikan kemudahan dan kenyamanan saya dalam berbelanja					

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
	<i>OUTSTORE</i>					
1	Papan Nama Kedai Giyong terlihat jelas					
2	Pintu masuk Kedai Giyong luas sehingga memudahkan akses masuk ke dalam toko tersebut					
3	Kedai Giyong memiliki fasilitas parkir yang luas					
4	Simbol dari Kedai Giyong unik dan menarik sehingga konsumen senang melihat dan ingin berbelanja di Kedai Giyong					
5	Barang-barang di Kedai Giyong Sangatlah menarik dan unik					
6	Ukuran gedung di kedai giyong sangatlah pas dan jelas terlihat berada di pinggir jalan raya.					
7	Bentuk dan ukuran gedung cukup unik dan sederhana serta di tambah fasilitas yang unik dan menarik.					
8	Kedai Giyong terletak di pinggir jalan raya yang cukup ramai.					

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Dengan dekorasi indah dan rasa makan yang enak membuat konsumen tertarik dalam membeli makanan dan minuman di kedai giyong					
2	Karyawan di Kedai Giyong Selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan sehingga membuat konsumen nyaman dalam membeli					
3	Seiring berkembang informasi dalam memberikan informasi tentang Kedai Giyong membuat konsumen tertaring ingin berkunjung di Kedai Giyong					



## LAMPIRAN HASIL OLAH SPSS 20

### 1. UJI FREQUENSI

#### Notes

Output Created	05-SEP-2019 13:56:40	
Comments		
	Data	D:\System Volume Information\SOPIAN RIZKI REVISI SUKSES\hasil olah data spss\TABULASI SPSS.sav
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	138
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	<p>FREQUENCIES            VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3            X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9            X1.10 X1.11 X1.12 X1.13 X2.1            X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7            X2.8 Y1 Y2 Y3</p> <p>/ORDER=ANALYSIS.</p>	
Resources	Processor Time	00:00:00.05

## Frequency Table

### FREQUENSI VARIABEL *INSTORE* ( X1 )

#### X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	35	25.4	25.4	25.4
Valid 4	79	57.2	57.2	82.6
Valid 5	24	17.4	17.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

#### X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	27	19.6	19.6	19.6
Valid 4	89	64.5	64.5	84.1
Valid 5	22	15.9	15.9	100.0
Total	138	100.0	100.0	

#### X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	35	25.4	25.4	25.4

	4	68	49.3	49.3	74.6
	5	35	25.4	25.4	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	5	3.6	3.6	3.6
	3	40	29.0	29.0	32.6
Valid	4	59	42.8	42.8	75.4
	5	34	24.6	24.6	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	35	25.4	25.4	25.4
Valid	4	79	57.2	57.2	82.6
	5	24	17.4	17.4	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**X1.6**



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	27	19.6	19.6	19.6
4	89	64.5	64.5	84.1
5	22	15.9	15.9	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X1.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	35	25.4	25.4	25.4
4	68	49.3	49.3	74.6
5	35	25.4	25.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X1.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	3.6	3.6	3.6
3	40	29.0	29.0	32.6
4	59	42.8	42.8	75.4
5	34	24.6	24.6	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X1.9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	35	25.4	25.4	25.4
Valid 4	79	57.2	57.2	82.6
Valid 5	24	17.4	17.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X1.10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	27	19.6	19.6	19.6
Valid 4	89	64.5	64.5	84.1
Valid 5	22	15.9	15.9	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X1.11**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	35	25.4	25.4	25.4
Valid 4	68	49.3	49.3	74.6

5	35	25.4	25.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X1.12**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	5	3.6	3.6	3.6
3	40	29.0	29.0	32.6
Valid 4	59	42.8	42.8	75.4
5	34	24.6	24.6	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X1.13**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	35	25.4	25.4	25.4
Valid 4	79	57.2	57.2	82.6
5	24	17.4	17.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**FREQUENSI VARIABEL *OUTSTORE* ( X2 )**

**X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	18	13.0	13.0	13.0
4	87	63.0	63.0	76.1
5	33	23.9	23.9	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X2.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	28	20.3	20.3	20.3
4	84	60.9	60.9	81.2
5	26	18.8	18.8	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X2.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	38	27.5	27.5	27.5
4	68	49.3	49.3	76.8
5	32	23.2	23.2	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X2.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	8	5.8	5.8	5.8
4	78	56.5	56.5	62.3
5	52	37.7	37.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X2.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	18	13.0	13.0	13.0
4	87	63.0	63.0	76.1
5	33	23.9	23.9	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X2.6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	28	20.3	20.3	20.3
4	84	60.9	60.9	81.2
5	26	18.8	18.8	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X2.7**



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	38	27.5	27.5	27.5
4	68	49.3	49.3	76.8
5	32	23.2	23.2	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**X2.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	8	5.8	5.8	5.8
4	78	56.5	56.5	62.3
5	52	37.7	37.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**FREKUENSI VARIABEL MINAT BELI KONSUMEN ( Y )**

**Y1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	6	4.3	4.3	4.3
3	32	23.2	23.2	27.5
4	52	37.7	37.7	65.2
5	48	34.8	34.8	100.0

Total	138	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**Y2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	38	27.5	27.5	27.5
4	79	57.2	57.2	84.8
5	21	15.2	15.2	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**Y3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	35	25.4	25.4	25.4
4	90	65.2	65.2	90.6
5	13	9.4	9.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**LAMPIRAN HASIL OLAH SPSS 20**

**2. UJI VALIDITAS**

**Notes**

Output Created	05-SEP-2019 14:02:51
Comments	

		D:\System Volume Information\SOPIAN RIZKI REVISI SUKSES\hasil olah data spss\TABULASI SPSS.sav
Input	Data	
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	138
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS  /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.11 X1.12 X1.13 instore  /PRINT=TWOTAIL NOSIG  /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.09
	Elapsed Time	00:00:01.33

### HASIL UJI VALIDITAS INSTORE ( X1 )

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	Pearson Correlation	1	.574**	.392**	.229**	1.000**	.574**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
X1.2	Pearson Correlation	.574**	1	.308**	-.113	.574**	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.187	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
X1.3	Pearson Correlation	.392**	.308**	1	.249**	.392**	.308**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
X1.4	Pearson Correlation	.229**	-.113	.249**	1	.229**	-.113
	Sig. (2-tailed)	.007	.187	.003		.007	.187
	N	138	138	138	138	138	138
X1.5	Pearson Correlation	1.000**	.574**	.392**	.229**	1	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007		.000
	N	138	138	138	138	138	138
X1.6	Pearson Correlation	.574**	1.000**	.308**	-.113	.574**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.187	.000	
	N	138	138	138	138	138	138
X1.7	Pearson Correlation	.392**	.308**	1.000**	.249**	.392**	.308**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
X1.8	Pearson Correlation	.229**	-.113	.249**	1.000**	.229**	-.113

	Sig. (2-tailed)	.007	.187	.003	.000	.007	.187
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	1.000**	.574**	.392**	.229**	1.000**	.574**
X1.9	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.574**	1.000**	.308**	-.113	.574**	1.000**
X1.10	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.187	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.392**	.308**	1.000**	.249**	.392**	.308**
X1.11	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.229**	-.113	.249**	1.000**	.229**	-.113
X1.12	Sig. (2-tailed)	.007	.187	.003	.000	.007	.187
	N	138	138	138	138	138	138

### Correlations

		X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
	Pearson Correlation	.392	.229**	1.000**	.574**	.392**	.229**
X1.1	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.000	.007
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.308**	-.113	.574**	1.000	.308**	-.113**
X1.2	Sig. (2-tailed)	.000	.187	.000	.000	.000	.187
	N	138	138	138	138	138	138
X1.3	Pearson Correlation	1.000**	.249**	.392	.308**	1.000**	.249**



	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.003
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.249**	1.000	.229**	-.113	.249**	1.000
X1.4	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.007	.187	.003	.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.392**	.229**	1.000**	.574**	.392	.229**
X1.5	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.000	.007
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.308**	-.113**	.574**	1.000	.308**	-.113
X1.6	Sig. (2-tailed)	.000	.187	.000	.000	.000	.187
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	1**	.249**	.392**	.308**	1.000**	.249**
X1.7	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000	.003
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.249**	1	.229**	-.113**	.249**	1.000
X1.8	Sig. (2-tailed)	.003		.007	.187	.003	.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.392**	.229**	1**	.574**	.392**	.229**
X1.9	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.000	.000	.007
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.308**	-.113**	.574**	1	.308**	-.113**
X1.10	Sig. (2-tailed)	.000	.187	.000		.000	.187
	N	138	138	138	138	138	138
X1.11	Pearson Correlation	1.000**	.249**	.392**	.308**	1**	.249**

	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000		.003
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.249**	1.000	.229**	-.113**	.249**	1
X1.12	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.007	.187	.003	
	N	138	138	138	138	138	138

### Correlations

		X1.13	instore
X1.1	Pearson Correlation	1.000	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	138	138
X1.2	Pearson Correlation	.574**	.601
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	138	138
X1.3	Pearson Correlation	.392**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	138	138
X1.4	Pearson Correlation	.229**	.555
	Sig. (2-tailed)	.007	.000
	N	138	138
X1.5	Pearson Correlation	1.000**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	138	138
X1.6	Pearson Correlation	.574**	.601**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	138	138
	Pearson Correlation	.392**	.709**
X1.7	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	138	138
	Pearson Correlation	.229**	.555
X1.8	Sig. (2-tailed)	.007	.000
	N	138	138
	Pearson Correlation	1.000**	.825**
X1.9	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	138	138
	Pearson Correlation	.574**	.601**
X1.10	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	138	138
	Pearson Correlation	.392**	.709**
X1.11	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	138	138
	Pearson Correlation	.229**	.555
X1.12	Sig. (2-tailed)	.007	.000
	N	138	138

### Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.13 Pearson Correlation	1.000	.574**	.392**	.229**	1.000**	.574**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.825**	.601	.709**	.555	.825**	.601**
instore	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138

**Correlations**

		X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
	Pearson Correlation	.392	.229**	1.000**	.574**	.392**	.229**
X1.13	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.000	.007
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.709**	.555	.825**	.601	.709**	.555**
instore	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138

**Correlations**

		X1.13	instore
	Pearson Correlation	1	.825**
X1.13	Sig. (2-tailed)		.000
	N	138	138
	Pearson Correlation	.825**	1
Instore	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	138	138

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

## Correlations

### Notes

Output Created	05-SEP-2019 14:03:50
Comments	
Data	D:\System Volume Information\SOPIAN RIZKI REVISI SUKSES\hasil olah data spss\TABULASI SPSS.sav
Input	
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	138
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Cases Used	

		CORRELATIONS	
Syntax		/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 outstore	
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG	
		/MISSING=PAIRWISE.	
Resources		Processor Time	00:00:00.03
		Elapsed Time	00:00:00.05



### HASIL UJI VALIDITAS *OUTSTORE* ( X2 )

#### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1	Pearson Correlation	1	.353**	.335**	.026	1.000**	.353**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.766	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
X2.2	Pearson Correlation	.353**	1	.373**	.294**	.353**	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
X2.3	Pearson Correlation	.335**	.373**	1	.104	.335**	.373**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.223	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138

	Pearson Correlation	.026	.294**	.104	1	.026	.294**
X2.4	Sig. (2-tailed)	.766	.000	.223		.766	.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	1.000**	.353**	.335**	.026	1	.353**
X2.5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.766		.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.353**	1.000**	.373**	.294**	.353**	1
X2.6	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.335**	.373**	1.000**	.104	.335**	.373**
X2.7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.223	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.026	.294**	.104	1.000**	.026	.294**
X2.8	Sig. (2-tailed)	.766	.000	.223	.000	.766	.000
	N	138	138	138	138	138	138
	Pearson Correlation	.642**	.762**	.722**	.510**	.642**	.762**
outstore	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	138	138	138	138	138	138

### Correlations

		X2.7	X2.8	outstore
	Pearson Correlation	.335	.026**	.642**
X2.1	Sig. (2-tailed)	.000	.766	.000
	N	138	138	138

	Pearson Correlation	.373**	.294	.762**
X2.2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	138	138	138
	Pearson Correlation	1.000**	.104**	.722
X2.3	Sig. (2-tailed)	.000	.223	.000
	N	138	138	138
	Pearson Correlation	.104	1.000**	.510
X2.4	Sig. (2-tailed)	.223	.000	.000
	N	138	138	138
	Pearson Correlation	.335**	.026**	.642**
X2.5	Sig. (2-tailed)	.000	.766	.000
	N	138	138	138
	Pearson Correlation	.373**	.294**	.762**
X2.6	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	138	138	138
	Pearson Correlation	1**	.104**	.722**
X2.7	Sig. (2-tailed)		.223	.000
	N	138	138	138
	Pearson Correlation	.104	1**	.510
X2.8	Sig. (2-tailed)	.223		.000
	N	138	138	138
	Pearson Correlation	.722**	.510**	1**
outstore	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	138	138	138



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

## Correlations

### Notes

Output Created		05-SEP-2019 14:04:19
Comments		
	Data	D:\System Volume Information\SOPIAN RIZKI REVISI SUKSES\hasil olah data spss\TABULASI SPSS.sav
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	138
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		<p>CORRELATIONS</p> <p>/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 minatbeli</p> <p>/PRINT=TWOTAIL NOSIG</p> <p>/MISSING=PAIRWISE.</p>

Resources	Processor Time	00:00:00.08
	Elapsed Time	00:00:00.55

### HASIL UJI VALIDITAS MINAT BELI KONSUMEN ( Y )

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	minatbeli
Y1	Pearson Correlation	1	.032	-.285**	.600**
	Sig. (2-tailed)		.706	.001	.000
	N	138	138	138	138
Y2	Pearson Correlation	.032	1	.304**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.706		.000	.000
	N	138	138	138	138
Y3	Pearson Correlation	-.285**	.304**	1	.426**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	138	138	138	138
minatbeli	Pearson Correlation	.600**	.696**	.426**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	138	138	138	138

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

## LAMPIRAN HASIL OLAH SPSS 20

### 4. UJI T, F, DAN KOEFISIEN DETERMINASI (R2)

#### Notes

Output Created	05-SEP-2019 14:09:42
Comments	
Data	D:\System Volume Information\SOPIAN RIZKI REVISI SUKSES\hasil olah data spss\TABULASI SPSS.sav
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	138
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Cases Used	

#### Notes

Syntax	<pre> REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT minatbeli /METHOD=ENTER instore outstore. </pre>								
Resources	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Processor Time</td> <td style="text-align: right;">00:00:00.06</td> </tr> <tr> <td>Elapsed Time</td> <td style="text-align: right;">00:00:00.59</td> </tr> <tr> <td>Memory Required</td> <td style="text-align: right;">3856 bytes</td> </tr> <tr> <td>Additional Memory Required for Residual Plots</td> <td style="text-align: right;">0 bytes</td> </tr> </table>	Processor Time	00:00:00.06	Elapsed Time	00:00:00.59	Memory Required	3856 bytes	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes
Processor Time	00:00:00.06								
Elapsed Time	00:00:00.59								
Memory Required	3856 bytes								
Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes								

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	outstore, instore <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: minatbeli

b. All requested variables entered.

## HASIL SPSS KOEFISIEN DETERMINASI R<sup>2</sup>

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 <sup>a</sup>	.318	.308	1.011

a. Predictors: (Constant), outstore, instore

## HASIL SPSS UJI F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.270	2	32.135	31.470	.000 <sup>b</sup>
	Residual	137.853	135	1.021		
	Total	202.123	137			

a. Dependent Variable: minatbeli

b. Predictors: (Constant), outstore, instore

## HASIL SPSS UJI T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	5.233	.882		5.932	.000
1	instore	.087	.018	.437	4.744	.000
	outstore	.063	.033	.173	1.880	.062

a. Dependent Variable: minatbeli



**GAMBARAN**  
*IN STORE*







**GAMBARAN**  
***OUT STORE***





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **SOPIAN REJEKI**  
NIM : 21512A0165  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : **"PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI KEDAI GIYONG KEKALIK MATARAM)"**.

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	2		
2	Latar Belakang / Alasan	2	2		
3	Wawasan Pengetahuan	2	4		
4	Methodologi	3	3		
5	Penyajian Data	3	3		
6	Analisa Data	4	4		
7	Kesimpulan	2	2		
8	Konsistensi Bahasan	3	3		
9	Bahasa	2	2		
10	Sikap	2	2		
<b>Jumlah</b>		25			

TOTAL BN

IP

TOTAL B

Mataram, 22 Agustus 2018

*Handwritten signature*

**Dedy Iswanto, S.T., M.M**  
NIDN. 0318087901



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI

Jalan K.H. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **SOPIAN REJEKI**  
NIM : 21512A0165  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : **"PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI KEDAI GIYONG KEKALIK MATARAM)"**.

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,2	6,4	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,2	6,4	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Methodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
<b>Jumlah</b>		25		88,5	

TOTAL BN

IP ----- 3,52

TOTAL B

Mataram, 22 Agustus 2019  
Penguji Pendamping,

**Rihana Adha, S.F., M.E**  
NIDN. 0813078902



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633722 Mataram

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **SOPIAN REJEKI**  
NIM : 21512A0165  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : **"PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN (STUDI KASUS DI KEDAI GIYONG KEKALIK MATARAM)."**

**KOMPONEN - KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,6	7,2	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,6	7,2	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,7	7,4	
4	Methodologi	3	3,6	10,8	
5	Penyajian Data	3	3,7	11,1	
6	Analisa Data	4	3,6	14,4	
7	Kesimpulan	2	3,7	7,4	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,7	11,1	
9	Bahasa	2	3,7	7,4	
10	Sikap	2	3,7	7,4	
Jumlah		25		90,9	

TOTAL BN 90,9 = 3,64  
IP 2

TOTAL B  
Mataram, 22 Agustus 2019  
Penguji Utama,

Dr. Amil, M.M  
NIDN. 0831126204



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram



Nomor : 693/IL3.AU/F/VIII/2019 Mataram, 19 Dzulhijjah 1440 H  
Lamp. : 1 (satu) exp. 20 Agustus 2019 M  
Hal : **Mohon Sebagai Penguji Skripsi**

Kepada

Yth. : 1. Bapak / Ibu : Drs. Amil, M.M ( PU )  
2. Bapak / Ibu : Rishan Adha, S.E., M.E ( PP )  
3. Bapak / Ibu : Dedy Iswanto, S.T., M.M ( PN )

**Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Bersama ini kami sampaikan 1 (satu) exp. Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, mohon dapat diuji :

Hari / Tanggal : Kamis, 22 Agustus 2019  
Pukul : 13.00 Wita – sampai selesai  
Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fisip UMMAT

Adapun Mahasiswa tersebut :

Nama : **SOPIAN REJEKI**  
NIM : 21512A0165  
Jurusan : Administrasi Bisnis  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI KEDAI GIYONG KEKALIK MATARAM)”**.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

**Wabillahaufiq Walhidayah**  
**Wassalamu'alaikum Wr. Wb**



**Drs. Amil, MM**  
NIDN. 0831126204

**Tembusan**, disampaikan kepada Yth. :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram di Tempat
2. Arsip.





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI (B)  
Jln. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Telp 639180-633723 Mataram

KARTU KONSUL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SOPIAN REJEKI  
NIM : 21512A0165  
Dosen Pembimbing II : Rishan Adha, S.E., M.E  
Judul : PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN ( Studi kasus Kedai Giyong Kekalik  
Mataram )

NO	Hari Dan Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Masuk	Keluar		
1			- Candasan teori di sempurnakan	Riv
2			Spasi dan Paragraf	Riv
3			Penulisan	Riv
4			hasil data di sempurnakan	Riv

aca

Mengetahui  
Prodi Administrasi Bisnis  
Ketua

  
Lalu Hendra Maniza, S. Sos., M.M  
NIDN. 0828108404

Mataram, Juli 2019  
Dosen Pembimbing II

  
Rishan Adha, S.E., M.E  
NIDN. 0813078902



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI (B)  
Jln. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Telp 639180-633723 Mataram

**KARTU KONSUL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Sopian Rejeki  
NIM : 21512A0165  
Dosen Pembimbing I : Drs. Amil, M.M  
Judul : Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen  
(Studi kasus Kedai Giyong Kekalik Mataram)

NO	Hari Dan Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Masuk	Keluar		
1	10/8		- tabel pada bab IV	Dikerat
2			- cek hindari kata "dari"	
3			- pada kesimpulan sebutkan	
4			hasil pengumpulan data	
5	14/8		hasil SPSS	

Mengetahui  
Prodi ~~Manajemen~~ Administrasi Bisnis  
Ketua

Lalu Hendra Maniza, S. Sos, M.M  
NIDN. 0828108404

Mataram, Agustus 2019  
Dosen Pembimbing I

Drs. Amil, M.M  
NIDN.0831126204



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI  
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

**BERITA - ACARA**

Pada hari ini Kamis Tanggal Dua Puluh Dua Bulan Agustus Tahun 2019 pukul 13.00 Wita telah diselenggarakan Ujian Skripsi bertempat di Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS dengan predikat CUKUP / MEMUASKAN / SANGAT MEMUASKAN CAM LAUDE, Mahasiswa :

Nama : **SOPIAN REJEKI**  
NIM : 21512A0165  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis.  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : **"PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI KEDAI GIYONG KEKALIK MATARAM)"**.




Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yg Diberikan
1	Drs. Amil, M.M NIDN. 0831126204	PU	3,64
2	Rishan Adha, S.E., M.E NIDN. 0813078902	PP	3,52
3	Dedy Iswanto, S.T., M.M NIDN. 0818087901	PN	3,6
<b>TOTAL</b>			

Jumlah IP ..... 3,58  
At IP .....  
Jmlh Penguji

Mataram, 22 Agustus 2019

**TEAM PENGUJI SKRIPSI**

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 <b>Drs. Amil, M.M</b> NIDN. 0831126204	 <b>Rishan Adha, S.E., M.E</b> NIDN. 0813078902	 <b>Dedy Iswanto, S.T., M.M</b> NIDN. 0818087901