

BAB V

PENUTUP

Pada bab penutup ini, peneliti akan mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya, peneliti membuat implikasi bagi pihak manajerial, merumuskan saran dan memaparkan keterbatasan penelitian. Kesimpulan, implikasi manajerial, saran dan keterbatasan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis karakteristik demografi responden:

Semua responden (100%) menyatakan pernah berbelanja produk *spare part* di Ceko Motor dan pembelian terakhir dilakukan kurang dari 6 bulan yang lalu. Mayoritas responden adalah laki-laki yang telah membeli produk *spare part* lebih dari 3 kali dimana pembelian produk *spare part* tersebut digunakan atau dipakai oleh orang lain.

2. Hasil analisis deskriptif jawaban responden pada variabel penelitian:

Penilaian responden pada variabel *store ambience*, *merchandise* dan *store service* termasuk dalam kategori yang baik, dan penilaian responden pada variabel niat pembelian dan perilaku belanja termasuk dalam kategori yang tinggi.

3. Hasil analisis regresi linier berganda:

- a. *Store ambience, merchandise* dan *store service* mampu memprediksi (mempengaruhi) 57,8% perubahan (peningkatan) niat pembelian konsumen pada produk *spare part* di Ceko Motor.
 - b. *Store ambience, merchandise* dan *store service* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat pembelian. Artinya, semakin baik suasana toko, ketersediaan atau keberagaman produk, dan layanan toko yang diberikan kepada konsumen membuat niat pembelian konsumen di Ceko Motor semakin meningkat.
4. Hasil analisis regresi linier sederhana:
- a. Niat pembelian mampu memprediksi (mempengaruhi) 49,3% perubahan (peningkatan) perilaku belanja konsumen pada produk *spare part* di Ceko Motor.
 - b. Niat pembelian memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat pembelian. Artinya, semakin tinggi niat konsumen untuk berbelanja produk-produk *spare part* kendaraan bermotor di Ceko Motor membuat perilaku belanja di Ceko Motor semakin meningkat.

5.2. Implikasi Manajerial dan Saran

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa untuk meningkatkan perilaku belanja konsumen hal yang terlebih dahulu harus dilakukan adalah meningkatkan niat pembelian konsumen pada produk atau jasa layanan perusahaan. Peningkatan niat pembelian konsumen tersebut dapat distimuli melalui kemampuan perusahaan untuk menciptakan suasana toko yang nyaman, menyediakan produk-

produk *spare part* kendaraan bermotor dalam jumlah dan jenis yang banyak, serta memberikan layanan yang baik.

Berdasarkan hal tersebut maka kebijakan peningkatan perilaku belanja konsumen melalui peningkatan niat pembelian yang distimuli oleh *store ambience*, *merchandise* dan *store service* dapat diarahkan melalui peningkatan pada masing-masing indikator yang dianggap masih rendah sebagai berikut:

1. Fokus pada variabel *store ambience* dilakukan pada indikator “Dekorasi toko Ceko Motor bagus”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat dekorasi toko secara unik dengan tema yang berbeda dibandingkan toko sejenis, men-*display* produk-produk tertentu di rak atau etalase toko yang disertai informasi mengenai produk secara terperinci, memampang gambar produk-produk baru menggunakan poster.
2. Fokus pada variabel *merchandise* dilakukan pada indikator “Toko Ceko Motor menyediakan *spare part* kendaraan bermotor dalam jumlah yang banyak”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menjaga jumlah ketersediaan *spare part* kendaraan tertentu yang masuk dalam kategori *fast moving* (sering dibeli) seperti olie, filter olie, filter udara, busi, kampas rem, *gear set* atau *van belt* (motor matik), yang notabene produk-produk jenis tersebut adalah produk dengan masa atau usia pakai pendek. Pihak manajemen Ceko Motor sebaiknya juga selalu menyediakan produk-produk *fast moving* tersebut dari selama merek dan tipe motor tidak terkecuali bagi kendaraan bermotor yang sedikit jumlahnya.

3. Fokus pada variabel *store service* dilakukan pada indikator "Toko Ceko Motor memberikan penghargaan (seperti: potongan harga, hadiah) bagi pelanggan yang loyal". Cara yang dapat dilakukan pihak manajemen Ceko Motor adalah dengan memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah atau nominal tertentu, memberikan hadiah bagi pelanggan loyal pada momen-momen tertentu (seperti: ulang tahun toko, atau hari raya), memberikan kupon dalam bentuk point pembelian yang dapat ditukarkan pada pembelian produk *spare part*.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana peneliti tidak dapat melakukan pengujian komparasi kepada konsumen yang membeli produk untuk keperluan pribadi maupun keperluan orang lain (pemilik bengkel). Selain itu, karakteristik responden pada penelitian ini cukup homogen yang ditunjukkan oleh mayoritas responden berusia antara 31-40 tahun (39,3%) hingga dianggap kurang mampu menggambarkan bagaimana perilaku konsumen Ceko Motor secara umum. Pada penelitian sejenis di masa yang akan datang sebaiknya menambahkan uji komparasi yang bertujuan untuk mengetahui lebih detail mengenai respon pembelian dengan karakteristik yang berbeda tersebut dan menggunakan metode sampling kuota (*quota sampling*) dengan tujuan agar responden dapat lebih mewakili pelanggan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2018). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Balaji, K., dan Maheswari, R. (2021). Impact of Store Image Dimensions on Shopper's Attitude, Perceived Value, and Purchase Intention. *Sage Open, Vol. Januari-Maret*.
- Bougie, R., dan Sekaran, U. (2020). *Research Methods For Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Cakici, A.C., dan Tekeli, S. (2022). The Mediating Effect of Consumers' Price Level Perception and Emotions towards Supermarkets. *European Journal of Management and Business Economics, Vol. 31, No. 1*.
- Comyns, B. (2012). *Impact of Visual Merchandising on University of New Hampshire Students*. Honours Theses. Paper 93.
- Danso, A., dan Poku, K. (2018). Merchandising Impact on Consumer Purchasing Behavior among Neighborhood Grocery Stores in Kumasi Metropolis. *International Journal of Contemporary Research and Review, Vol. 9, No. 9*.
- Durianto, D., Sugiarto., dan Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ebster, C., dan Garaus, M. (2011). *Store Layout and Visual Merchandising*. New-York: Business Expert Press.
- Ferdinand, A. (2006). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr, J. F., Howard, M. C., dan Nitzl, C. (2020). Assessing Measurement Model Quality in PLS-SEM Using Confirmatory Composite Analysis. *Journal of Business Research, Vol. 109*.
- Hilal, M.I.M. (2022). Store Environmental Cues and Repurchase Intention in Retail Supermarkets in Sri Lanka: Mediating Role of Store Image. *Asian Journal of Management Studies, Vol. 2, No. 2*.
- Jiang, L., Li, Q., dan Wu, X. (2023). The Impact of Clothing E-Store Image on Intention Based on Search and Purchase Phases: From the Perspective of Sustainable Marketing. *Sustainability, Vol.15*.
- Khan, S.F.A., dan Damanhour, A.M.S. (2017). Store Patronage and Buying behavior of Consumer - A Case Study of Organized Retail Stores of Jazan. *International Journal of Applied Business and Economic Research, Vol. 15, No. 16*.
- Khan, Y., Hameed, I., dan Akram, U. (2022). What Drives Attitude, Purchase Intention and Consumer Buying Behavior toward Organic Food? A Self-determination Theory and Theory of Planned Behavior Perspective. *British Food Journal, Vol. Desember*.

- Koseoglu, D., dan Tuncer, I. (2023). The Importance of Store Image in Retail Food Markets: An Analysis within the Framework of the S-O-R Paradigm. *Eskisehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Vol. 18, No. 2.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2021). *Marketing Management. 16th Edition*, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lee, T.H., Fu, C-J., dan Chen, Y.Y. (2020). Trust Factors for Organic Foods: Consumer Buying Behavior. *British Food Journal*. Vol. 122, No. 2.
- Liao, S-H., Hu, D-C., dan Chou, H-L. (2022). Consumer Perceived Service Quality and Purchase Intention: Two Moderated Mediation Models Investigation. *Sage Open*, 1-15.
- Luniya, P.G. (2019). A Study on Impact of Store Ambience on Impulse Buying Decision for Selected Products. *Thesis*. Management Faculty of Humanities & Management. India.
- Parveen., dan Sharma, A.K. (2017). Store Ambience and Its Impact on The Impulse Buying Behaviour of College Students in Haryana. *Elk Asia Pacific Journal of Marketing and Retail Management*, Vol. 8, No. 2.
- Patil, B., Aradhya, G.B.S., dan Kumar, S.T.K. (2021). Impact of Consumer Behavior Based on Store Atmospheric. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, Vol. 18, No. 9.
- Qalati, S.A., Vela, E.G., Li, W., Dakhan, S.A., Thuy, T.T.H., dan Merani, S.H. (2020). Effects of Perceived Service Quality, Website Quality, and Reputation on Purchase Intention: The Mediating and Moderating Roles of Trust and Perceived Risk in Online Shopping. *Cogent Business & Management*, Vol. 8: <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1869363>
- Santoso, S. (2020). *Statistik Multivariate*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L.G., dan Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior, 20th Edition*, Global Edition. United Kingdom: Pearson.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Venkateswaran, P.s., dan Sundram, S. (2021). Impact of Retail Service Quality and Store Service Quality on Patronage Intention towards Organized Retail Industry. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, Vol. 12, No. 3.
- Zhang, M., Hassan, H., dan Migin, M.W. (2023). Exploring the Consumers' Purchase Intention on Online Community Group Buying Platform during Pandemic. *Sustainability* 2023, Vol. 15, 2433. <https://doi.org/10.3390/su15032433>.
- Zhao, H., Yao, X., Liu, Z., dan Yang, Q. (2021) Impact of Pricing and Product Information on Consumer Buying Behavior with Customer Satisfaction in a Mediating Role. *Frontier Psychology*. Vol. 12. doi: 10.3389/fpsyg.2021.720151.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER

**PENGARUH *STORE AMBIENCE*, *MERCHANDISE*,
DAN *STORE SERVICE* TERHADAP NIAT BELI
DAN DAMPAKNYA PADA PERILAKU
PEMBELIAN KONSUMEN TOKO CEKO MOTOR**

Kepada Yth:
Responden
Di tempat

Dengan hormat,
perkenalkan saya:

Nama : Albertus Wimba Wahyu Aji
NPM : 180324094
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Saat ini saya sedang melakukan penelitian. Saya membutuhkan data penelitian yang sekiranya Anda dapat membantunya dengan mengisi kuesioner penelitian ini. Atas kesediaannya saya mengucapkan banyak terimakasih. Semoga Tuhan selalu memberikan berkat-berkat yang Anda butuhkan.

Hormat saya:

Albertus Wimba Wahyu Aji

BAGIAN I: PERTANYAAN FILTER

Berikut ini adalah kuesioner yang dipergunakan untuk melakukan filter guna mendapatkan responden penelitian yang tepat. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan karakteristik Anda saat ini.

1. Apakah Anda pernah membeli produk di Toko Ceko Motor:
 - a. Ya, saya pernah membeli produk di Toko Ceko Motor
 - b. Belum, saya belum pernah membeli produk di Toko Ceko Motor
*(*Terima kasih, Anda tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya)*
2. Sudah berapa kali Anda membeli produk di Toko Ceko Motor:
 - a. 1 kali *(*Terima kasih, Anda tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya)*
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. Lebih dari 3 kali
3. Kapan terakhir Anda membeli produk di Toko Ceko Motor:
 - a. Kurang dari 6 bulan yang lalu
 - b. Lebih dari 6 bulan yang lalu *(*Terima kasih, Anda tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya)*
4. Untuk siapa produk yang Anda beli dari Toko Ceko Motor:
 - a. Untuk keperluan sendiri
 - b. Membelikan orang lain (pelanggan)

BAGIAN II: KARAKTERISTIK RESPONDEN

Berikut ini adalah kuesioner mengenai karakteristik demografi responden. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan karakteristik Anda saat ini.

1. Jenis kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia Anda saat ini:..... tahun

BAGIAN III: KUESIONER PENELITIAN

Berikut ini adalah kuesioner penelitian. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

STORE AMBIENCE

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Toko Ceko Motor memiliki interior toko yang bagus.					
2	Dekorasi toko Ceko Motor bagus.					
3	Toko Ceko Motor memiliki daya tarik visual yang menarik.					
4	Saya memiliki kesan yang baik pada toko Ceko Motor.					
5	Lingkungan fisik toko Ceko Motor terjaga kebersihannya dengan baik.					
6	Saya memiliki pengalaman berbelanja <i>spare part</i> kendaraan bermotor di toko Ceko Motor yang menyenangkan.					

MERCHANDISE

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Toko Ceko Motor menyediakan <i>spare part</i> kendaraan bermotor dengan kualitas yang baik.					
2	Toko Ceko Motor memiliki variasi <i>spare part</i> kendaraan bermotor yang banyak.					
3	Toko Ceko Motor menjamin ketersediaan setiap jenis <i>spare part</i> kendaraan bermotor.					
4	Toko Ceko Motor menyediakan <i>spare part</i> kendaraan bermotor dalam jumlah yang banyak.					

STORE SERVICE

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Toko Ceko Motor menyediakan layanan pengiriman barang.					
2	Toko Ceko Motor memberikan penghargaan (seperti: potongan harga, hadiah) bagi pelanggan yang loyal.					
3	Toko Ceko Motor memberikan layanan penukaran produk.					

INTENT TO BUY

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berencana untuk membeli <i>spare part</i> kendaraan bermotor di toko Ceko Motor di waktu yang akan datang.					
2	Jika saya pergi berbelanja <i>spare part</i> kendaraan bermotor hari ini, saya akan pergi ke toko Ceko Motor.					
3	Saya akan membeli sebagian besar <i>spare part</i> kendaraan bermotor di toko Ceko Motor.					
4	Saat saya pergi berbelanja <i>spare part</i> kendaraan bermotor, saya mempertimbangkan toko Ceko Motor terlebih dahulu sebagai tempat untuk berbelanja.					

BUYING BEHAVIOR

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya biasanya memperhatikan karakteristik produk (<i>spare part</i> kendaraan bermotor) secara detail sebelum membuat keputusan pembelian.					
2	Kontak pribadi dan komunikasi dengan tenaga penjualan di toko penting saat berbelanja.					
3	Menyentuh atau melihat produk (<i>spare part</i> kendaraan bermotor) secara langsung merupakan bagian penting dalam pengalaman berbelanja.					
4	Katalog produk (<i>spare part</i> kendaraan bermotor) merupakan sumber informasi penting mengenai produk dan layanan yang disediakan toko Ceko Motor.					
5	Informasi viral (video/artikel dll.) mempengaruhi persepsi saya terhadap produk (<i>spare part</i> kendaraan bermotor) yang dijual toko Ceko Motor.					
6	Saya biasanya berkonsultasi dengan keluarga dan teman sebelum melakukan pembelian <i>spare part</i> kendaraan bermotor di toko Ceko Motor.					
7	Saya biasanya meminta pendapat pada orang yang pernah berbelanja di toko Ceko Motor sebelum membeli <i>spare part</i> kendaraan bermotor di toko Ceko Motor .					

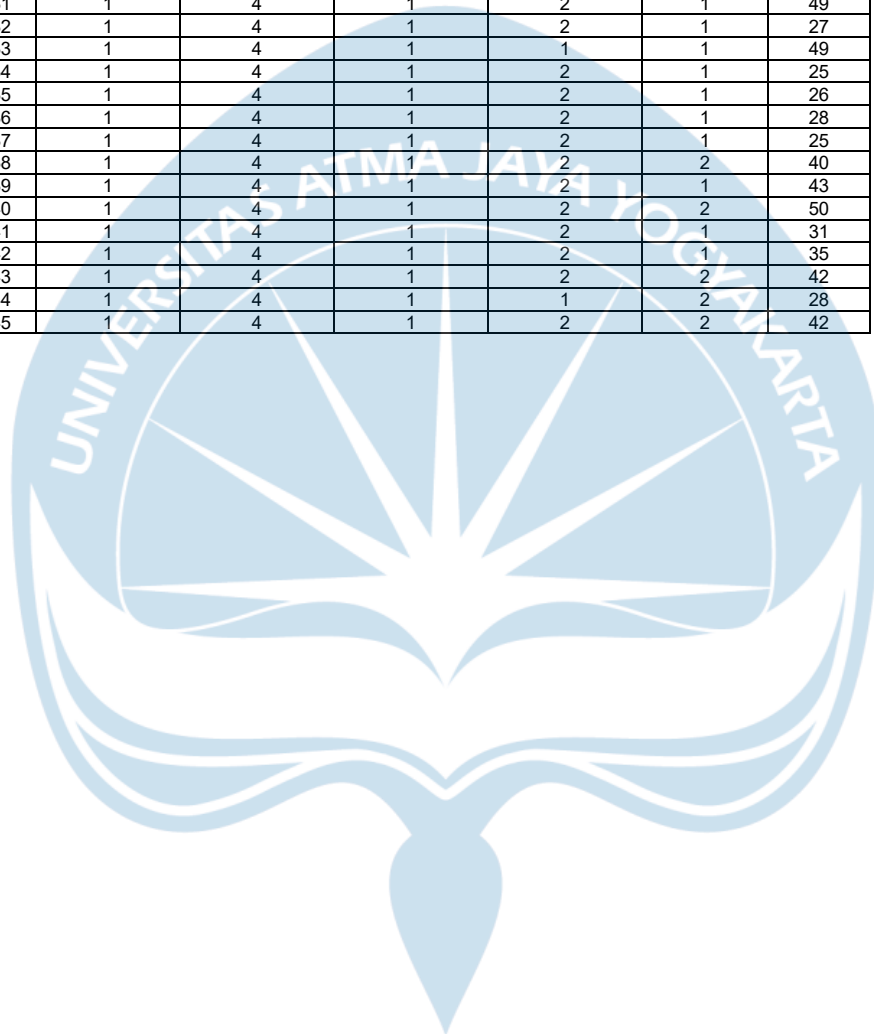
TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI ANDA

LAMPIRAN II DATA JAWABAN RESPONDEN

No	Apakah Anda pernah membeli produk <i>spare part</i> sepeda motor di Toko Ceko Motor?	Berapa kali membeli produk <i>spare part</i> kendaraan bermotor di Toko Ceko Motor	Kapan terakhir Anda membeli produk <i>spare part</i> kendaraan bermotor di Toko Ceko Motor:	Untuk siapa produk <i>spare part</i> kendaraan bermotor yang Anda beli dari Toko Ceko Motor:	Jenis kelamin	Usia
1	1	4	1	2	1	30
2	1	4	1	2	1	47
3	1	4	1	1	1	49
4	1	4	1	1	2	30
5	1	4	1	2	1	26
6	1	4	1	2	1	30
7	1	3	1	2	1	22
8	1	4	1	1	1	29
9	1	3	1	1	1	30
10	1	4	1	2	1	23
11	1	4	1	2	1	29
12	1	4	1	2	1	52
13	1	4	1	2	1	30
14	1	3	1	2	1	35
15	1	4	1	2	1	31
16	1	4	1	2	1	43
17	1	4	1	2	2	47
18	1	4	1	1	1	36
19	1	4	1	2	1	47
20	1	4	1	2	1	25
21	1	4	1	2	1	50
22	1	4	1	2	2	25
23	1	4	1	2	1	51
24	1	4	1	2	1	49
25	1	4	1	2	1	30
26	1	4	1	2	1	23
27	1	4	1	2	1	48
28	1	4	1	2	1	38
29	1	4	1	2	1	30
30	1	4	1	2	1	27
31	1	4	1	1	2	36
32	1	4	1	2	2	31
33	1	3	1	2	1	29
34	1	3	1	1	1	40
35	1	4	1	2	1	34
36	1	3	1	1	1	25
37	1	4	1	2	1	46
38	1	4	1	2	1	35
39	1	4	1	1	1	23
40	1	4	1	1	1	35
41	1	4	1	2	1	26
42	1	4	1	2	1	44
43	1	3	1	2	1	39
44	1	4	1	2	1	36
45	1	4	1	1	1	36
46	1	4	1	2	1	30
47	1	4	1	2	1	42
48	1	4	1	2	1	30
49	1	4	1	1	1	54
50	1	4	1	1	1	33
51	1	4	1	2	1	24
52	1	4	1	2	1	43
53	1	3	1	2	1	29
54	1	4	1	2	1	52
55	1	4	1	2	1	35
56	1	4	1	1	1	32
57	1	4	1	2	1	31
58	1	4	1	2	1	22
59	1	3	1	2	1	28
60	1	4	1	2	1	31
61	1	4	1	2	1	43
62	1	4	1	2	1	48

No	Apakah Anda pernah membeli produk <i>spare part</i> sepeda motor di Toko Ceko Motor?	Berapa kali membeli produk <i>spare part</i> kendaraan bermotor di Toko Ceko Motor	Kapan terakhir Anda membeli produk <i>spare part</i> kendaraan bermotor di Toko Ceko Motor:	Untuk siapa produk <i>spare part</i> kendaraan bermotor yang Anda beli dari Toko Ceko Motor:	Jenis kelamin	Usia
63	1	4	1	2	1	24
64	1	4	1	2	1	50
65	1	3	1	1	1	22
66	1	3	1	1	1	27
67	1	4	1	2	1	31
68	1	3	1	2	1	46
69	1	4	1	2	1	34
70	1	3	1	2	1	32
71	1	4	1	2	1	36
72	1	4	1	2	1	29
73	1	4	1	1	1	33
74	1	3	1	1	1	39
75	1	4	1	2	1	30
76	1	4	1	2	2	30
77	1	4	1	2	1	34
78	1	4	1	2	2	34
79	1	4	1	1	2	34
80	1	4	1	2	1	35
81	1	3	1	2	2	33
82	1	4	1	2	1	35
83	1	4	1	2	1	47
84	1	4	1	2	1	45
85	1	4	1	2	1	46
86	1	4	1	2	1	35
87	1	4	1	1	1	35
88	1	4	1	2	1	50
89	1	4	1	1	1	48
90	1	4	1	1	1	50
91	1	4	1	1	1	25
92	1	4	1	1	1	38
93	1	4	1	2	1	33
94	1	4	1	2	1	38
95	1	4	1	2	1	34
96	1	4	1	1	1	44
97	1	4	1	2	1	43
98	1	4	1	1	1	34
99	1	4	1	2	1	35
100	1	4	1	2	1	35
101	1	3	1	2	1	46
102	1	4	1	2	1	44
103	1	4	1	2	1	31
104	1	3	1	2	2	40
105	1	4	1	2	1	28
106	1	4	1	2	1	42
107	1	3	1	2	2	31
108	1	4	1	2	1	44
109	1	4	1	1	1	28
110	1	4	1	1	1	30
111	1	4	1	2	1	49
112	1	4	1	2	1	28
113	1	4	1	1	1	40
114	1	4	1	2	1	33
115	1	4	1	2	1	34
116	1	4	1	2	1	40
117	1	3	1	2	1	35
118	1	4	1	2	1	31
119	1	3	1	2	1	27
120	1	4	1	2	1	43
121	1	4	1	2	1	45
122	1	3	1	1	1	39
123	1	4	1	2	2	31
124	1	4	1	2	1	31
125	1	4	1	2	1	32
126	1	4	1	2	1	32
127	1	4	1	2	1	30
128	1	3	1	2	1	44

No	Apakah Anda pernah membeli produk <i>spare part</i> sepeda motor di Toko Ceko Motor?	Berapa kali membeli produk <i>spare part</i> kendaraan bermotor di Toko Ceko Motor	Kapan terakhir Anda membeli produk <i>spare part</i> kendaraan bermotor di Toko Ceko Motor:	Untuk siapa produk <i>spare part</i> kendaraan bermotor yang Anda beli dari Toko Ceko Motor:	Jenis kelamin	Usia
129	1	4	1	2	1	39
130	1	4	1	2	1	27
131	1	4	1	2	1	49
132	1	4	1	2	1	27
133	1	4	1	1	1	49
134	1	4	1	2	1	25
135	1	4	1	2	1	26
136	1	4	1	2	1	28
137	1	4	1	2	1	25
138	1	4	1	2	2	40
139	1	4	1	2	1	43
140	1	4	1	2	2	50
141	1	4	1	2	1	31
142	1	4	1	2	1	35
143	1	4	1	2	2	42
144	1	4	1	1	2	28
145	1	4	1	2	2	42



No	SA.1	SA.2	SA.3	SA.4	SA.5	SA.6
1	2	2	2	3	3	3
2	4	4	4	3	3	4
3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	3
5	4	4	4	4	5	4
6	3	3	3	3	3	3
7	4	4	4	4	5	4
8	4	4	5	3	3	2
9	2	1	2	2	2	2
10	4	4	4	4	4	4
11	3	2	2	3	2	3
12	4	4	3	4	5	5
13	4	3	4	4	3	3
14	4	4	4	5	4	4
15	3	3	5	5	5	3
16	5	4	4	5	4	5
17	5	5	5	5	5	5
18	5	4	4	5	5	4
19	2	2	3	2	2	3
20	5	4	4	4	5	5
21	4	4	4	4	4	4
22	5	4	4	4	4	4
23	4	3	3	5	4	4
24	5	5	5	5	5	5
25	4	4	3	4	5	5
26	5	4	5	5	4	3
27	4	4	4	4	4	4
28	4	3	4	3	4	3
29	3	3	4	4	4	4
30	3	4	4	4	4	4
31	5	4	4	4	4	5
32	3	3	2	3	3	3
33	3	2	2	3	3	3
34	4	4	4	3	4	3
35	3	2	3	3	3	3
36	4	4	3	3	3	4
37	4	2	3	4	3	3
38	5	5	5	5	3	3
39	3	2	3	4	3	3
40	3	4	4	4	4	3
41	3	3	2	4	3	4
42	5	4	4	5	5	5
43	4	4	3	3	4	3
44	3	4	4	4	3	3
45	5	4	4	5	5	4
46	4	4	4	4	3	3
47	5	4	5	5	5	4
48	3	3	3	3	4	5
49	4	3	4	4	3	3
50	4	5	4	5	3	3
51	3	2	2	2	2	2
52	3	4	4	4	5	4
53	3	3	2	4	4	4
54	4	4	4	4	5	5
55	3	3	3	4	4	4
56	4	4	3	4	4	4
57	5	4	4	4	4	4
58	4	4	3	5	4	3
59	2	2	2	2	3	3
60	5	4	4	4	4	5
61	5	4	4	5	4	4
62	3	3	3	4	4	3
63	3	4	4	4	4	3
64	3	4	4	4	4	4
65	3	3	3	4	5	4
66	3	4	4	4	3	3
67	4	3	4	4	3	3
68	3	3	3	4	3	3
69	4	4	4	3	4	4
70	4	3	3	4	3	3
71	4	3	3	3	3	3
72	4	3	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5
74	4	4	3	4	4	4

No	SA.1	SA.2	SA.3	SA.4	SA.5	SA.6
75	4	3	3	4	3	3
76	5	4	5	5	5	4
77	4	3	4	4	5	4
78	3	3	4	3	4	4
79	5	4	4	5	5	4
80	4	4	4	3	3	3
81	4	4	4	3	4	4
82	4	4	4	4	3	3
83	4	4	4	4	4	4
84	4	4	3	4	4	4
85	5	4	4	4	4	3
86	5	4	4	4	4	3
87	4	3	3	4	3	3
88	4	3	4	4	4	5
89	4	4	4	4	4	4
90	4	3	5	3	4	4
91	4	4	4	4	5	5
92	5	4	4	5	5	5
93	4	4	3	4	4	4
94	4	4	5	3	4	4
95	3	3	2	3	3	3
96	4	4	3	4	5	5
97	3	4	4	3	5	4
98	4	3	3	3	3	3
99	5	4	4	5	5	4
100	3	3	3	3	3	3
101	5	4	4	5	4	4
102	4	4	4	3	4	4
103	4	3	3	3	3	3
104	4	4	5	3	4	4
105	3	2	4	3	3	3
106	4	3	3	4	4	3
107	4	5	4	3	4	4
108	5	4	5	5	3	3
109	4	4	4	4	3	4
110	4	4	4	3	4	3
111	4	3	3	4	3	3
112	4	4	3	4	4	3
113	4	4	4	3	4	4
114	5	4	5	4	5	5
115	5	4	5	5	5	5
116	5	4	5	5	3	4
117	3	3	3	3	4	4
118	5	4	5	5	4	3
119	4	2	3	3	3	3
120	4	4	4	3	5	5
121	3	3	5	5	5	3
122	4	4	4	4	4	4
123	5	4	4	4	4	4
124	4	3	4	3	4	3
125	5	4	4	4	4	5
126	4	3	3	4	3	3
127	3	3	2	4	3	4
128	3	2	2	3	2	3
129	3	4	4	4	3	3
130	4	2	3	3	3	3
131	3	4	4	4	5	4
132	3	2	4	4	2	3
133	5	4	4	5	4	4
134	3	3	3	4	5	4
135	4	3	4	4	3	3
136	4	3	3	4	3	3
137	5	5	5	5	5	5
138	3	2	2	3	3	3
139	4	4	4	4	4	4
140	4	3	4	4	4	5
141	5	4	4	3	4	5
142	4	3	3	4	3	3
143	4	4	5	3	5	4
144	4	4	4	3	4	4
145	4	4	3	3	5	5

No	MER.1	MER.2	MER.3	MER.4	SS.1	SS.2	SS.3
1	4	3	4	3	2	3	3
2	4	3	5	3	5	5	5
3	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	3	4	3
6	4	3	3	3	4	3	3
7	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	3	5	5	5
9	3	3	3	3	2	3	2
10	4	4	5	3	3	4	4
11	5	5	5	2	4	5	4
12	5	5	4	3	4	4	5
13	5	4	5	4	4	3	4
14	4	3	5	3	4	4	5
15	5	5	5	3	3	3	3
16	4	5	5	5	4	4	4
17	5	5	5	5	4	4	5
18	4	4	3	4	4	4	4
19	2	2	2	1	2	3	2
20	4	5	5	4	4	3	5
21	3	4	3	4	4	5	5
22	4	5	4	4	4	4	4
23	4	5	4	3	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5
25	5	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	4	4	4	4
28	4	4	4	3	4	3	3
29	4	3	3	3	4	4	4
30	4	3	4	3	4	3	4
31	4	4	4	4	3	3	4
32	3	3	2	3	2	2	2
33	4	3	3	3	2	3	3
34	4	4	3	4	3	4	3
35	3	2	3	2	2	2	3
36	3	3	3	3	2	4	4
37	4	4	4	3	3	3	3
38	4	4	3	2	4	4	4
39	4	3	3	3	3	3	4
40	3	4	4	4	4	4	3
41	4	3	4	3	3	4	4
42	5	5	5	5	4	4	5
43	3	3	4	3	5	5	4
44	3	3	3	3	4	3	4
45	4	5	5	4	4	5	4
46	5	5	5	4	3	4	4
47	4	4	3	4	3	3	4
48	4	4	3	4	4	3	3
49	5	5	5	4	4	4	4
50	3	3	3	3	3	4	5
51	3	4	3	3	4	3	4
52	4	5	5	4	4	4	5
53	4	4	5	4	4	4	4
54	4	3	4	3	3	4	4
55	3	3	3	3	4	4	4
56	4	4	4	3	5	4	4
57	4	5	3	5	5	3	5
58	5	5	5	4	4	4	4
59	2	3	3	3	3	2	3
60	4	4	4	4	4	4	4
61	4	3	3	3	4	4	4
62	3	3	3	3	4	4	4
63	3	5	4	5	4	4	3
64	4	4	4	3	5	5	5
65	4	5	4	5	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	3
67	4	4	4	3	4	4	4
68	4	4	3	4	4	4	3
69	4	4	3	4	4	4	4
70	4	4	4	3	4	4	3
71	4	4	3	4	3	3	4

No	MER.1	MER.2	MER.3	MER.4	SS.1	SS.2	SS.3
72	4	4	3	3	3	3	4
73	3	4	4	4	2	3	3
74	4	3	3	3	3	4	3
75	5	4	4	4	5	5	4
76	4	5	5	5	4	3	4
77	4	5	4	5	4	4	4
78	3	4	3	3	3	3	3
79	4	5	4	5	4	4	4
80	4	4	5	4	4	5	4
81	4	5	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	5	5	4
83	5	4	4	4	4	4	4
84	5	5	5	5	5	5	5
85	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	3	4	4	5
89	4	3	4	3	5	5	5
90	4	4	4	3	4	5	5
91	4	5	4	4	4	4	5
92	4	3	4	3	5	4	5
93	4	4	4	4	4	4	5
94	4	4	4	3	4	5	5
95	2	2	2	2	2	3	3
96	5	4	4	4	4	4	5
97	5	4	3	3	5	4	5
98	3	3	3	3	3	3	3
99	4	5	3	5	4	3	4
100	5	4	4	4	3	2	3
101	4	5	3	4	4	5	4
102	5	5	5	5	4	4	5
103	5	5	3	5	3	3	4
104	4	4	4	4	2	4	3
105	4	4	4	3	4	3	3
106	3	4	3	3	2	2	3
107	3	4	4	4	5	5	5
108	5	5	5	5	5	4	5
109	5	4	4	4	4	4	4
110	4	3	4	3	3	4	5
111	4	5	4	4	4	4	4
112	3	4	4	4	4	4	5
113	5	4	5	4	4	3	4
114	5	5	3	5	3	3	4
115	4	4	5	4	4	4	5
116	4	4	5	4	5	4	5
117	4	4	3	4	3	3	3
118	3	3	3	3	4	5	4
119	4	4	3	3	4	3	3
120	4	5	4	4	4	5	5
121	4	4	5	4	5	5	5
122	3	5	5	5	4	5	5
123	4	5	4	4	4	4	4
124	4	4	4	4	4	3	3
125	4	4	4	4	5	4	4
126	3	3	3	3	3	3	3
127	4	4	5	4	5	4	5
128	4	4	4	2	4	3	3
129	4	4	4	3	4	3	4
130	4	4	4	3	4	3	4
131	4	5	5	4	4	4	5
132	4	4	3	4	3	3	5
133	4	3	4	3	4	4	4
134	5	4	5	4	4	4	4
135	5	5	5	4	4	4	4
136	4	4	4	2	3	4	3
137	4	4	4	3	4	4	3
138	4	5	4	4	4	4	4
139	5	4	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4	4	5
141	5	4	5	4	5	4	5
142	5	4	4	4	4	4	5
143	4	4	5	3	4	5	5
144	5	5	4	4	4	4	5
145	5	5	5	4	4	3	4

No	IB.1	IB.2	IB.3	IB.4	BB.1	BB.2	BB.3	BB.4	BB.5	BB.6	BB.7
1	3	3	3	4	1	2	3	2	2	3	2
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	3	3	5	4	4
5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4
6	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
7	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
8	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
9	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
10	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
11	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4
12	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
13	4	3	4	4	2	2	3	2	1	3	3
14	3	4	4	4	2	2	4	2	2	3	4
15	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
16	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
19	2	2	2	2	4	4	3	3	4	3	3
20	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
21	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4
22	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
23	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
24	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
27	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
28	4	3	3	4	2	2	3	2	3	4	3
29	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4
30	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	2	3	2	4	4	3	3	3	4	4
33	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
34	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
35	2	2	3	2	2	2	3	2	3	4	3
36	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3
37	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
38	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
39	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3
40	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3
41	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4
42	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5
43	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3
44	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
45	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
46	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
47	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
48	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4
49	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
50	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4
51	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3
52	4	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4
53	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
54	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
55	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
56	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
57	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
58	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
59	3	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3
60	4	4	3	4	3	3	4	3	3	5	5
61	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
62	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
65	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
66	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
67	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5
68	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
69	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
70	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
71	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	4

No	IB.1	IB.2	IB.3	IB.4	BB.1	BB.2	BB.3	BB.4	BB.5	BB.6	BB.7
72	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4
73	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5
76	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
78	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
79	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
80	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3
81	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
83	3	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4
84	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
85	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
86	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5
87	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
88	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4
89	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
90	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
91	4	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4
92	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4
93	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
94	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	4
95	2	2	3	2	3	2	5	3	2	4	4
96	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
97	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
98	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
100	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3
101	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3
102	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5
103	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
104	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4
105	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4
106	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
107	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	3
108	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
109	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3
110	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
112	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
113	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
114	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
115	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
116	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5
117	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4
118	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
119	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
120	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4
121	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
122	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
123	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5
124	4	3	3	4	3	3	4	3	2	5	4
125	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4
126	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
127	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
128	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2
129	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
130	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3
131	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4
132	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
133	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
134	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
135	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
136	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
138	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3
139	3	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4
140	4	3	4	4	3	2	4	5	2	4	4
141	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
142	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4
143	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
144	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
145	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5

LAMPIRAN III ANALISIS PERSENTASE

Frequency Table

Apakah Anda pernah membeli produk sparepart sepeda motor di Toko Ceko Motor?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya pernah membeli produk di Toko Ceko Motor	145	100,0	100,0	100,0

Sudah berapa kali Anda membeli produk sparepart kendaraan bermotor di Toko Ceko Motor

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 kali	22	15,2	15,2	15,2
	Lebih dari 3 kali	123	84,8	84,8	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Kapan terakhir Anda membeli produk sparepart kendaraan bermotor di Toko Ceko Motor:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 6 bulan yang lalu	145	100,0	100,0	100,0

Untuk siapa produk sparepart kendaraan bermotor yang Anda beli dari Toko Ceko Motor:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Untuk keperluan sendiri	32	22,1	22,1	22,1
	Membelikan orang lain (pelanggan)	113	77,9	77,9	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	128	88,3	88,3	88,3
	Perempuan	17	11,7	11,7	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 30 tahun	46	31,7	31,7	31,7
	31 - 40 tahun	57	39,3	39,3	71,0
	41 - 50 tahun	38	26,2	26,2	97,2
	51 - 60 tahun	4	2,8	2,8	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

LAMPIRAN IV UJI VALIDITAS & RELIABILITAS

Validitas dan Reliabilitas: Store ambience

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	145	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	145	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SA1	18,62	9,223	,674	,827
SA2	19,00	8,917	,746	,813
SA3	18,86	9,139	,632	,835
SA4	18,70	9,741	,565	,846
SA5	18,70	8,921	,675	,827
SA6	18,82	9,607	,578	,844

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22,54	12,959	3,600	6

Validitas dan Reliabilitas: Merchandise

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	145	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	145	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,812	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MER.1	11,66	3,672	,610	,774
MER.2	11,63	3,178	,740	,710
MER.3	11,74	3,441	,581	,788
MER.4	12,03	3,409	,600	,779

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,69	5,729	2,394	4

Validitas dan Reliabilitas: Store Service

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	145	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	145	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,807	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SS.1	7,84	1,773	,673	,717
SS.2	7,84	1,912	,640	,752
SS.3	7,63	1,805	,653	,738

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,66	3,755	1,938	3

Validitas dan Reliabilitas: Intent to buy

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	145	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	145	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,871	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IB.1	11,46	2,875	,783	,811
IB.2	11,66	3,019	,651	,865
IB.3	11,47	2,973	,731	,832
IB.4	11,41	2,966	,737	,830

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,33	5,042	2,246	4

Validitas dan Reliabilitas: Customer buying behavior

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	145	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	145	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,861	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BB.1	23,07	10,773	,774	,820
BB.2	23,25	10,813	,711	,830
BB.3	23,23	12,427	,560	,851
BB.4	23,26	11,292	,650	,839
BB.5	23,40	11,783	,617	,844
BB.6	23,05	12,518	,528	,855
BB.7	23,12	12,257	,568	,850

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
27,06	15,559	3,944	7

LAMPIRAN V ANALISIS DESKRIPTIF

Descriptives

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
SA1	145	2,00	5,00	3,9172	,76833	
SA2	145	1,00	5,00	3,5379	,77299	
SA3	145	2,00	5,00	3,6828	,82246	
SA4	145	2,00	5,00	3,8414	,75163	
SA5	145	2,00	5,00	3,8414	,83063	
SA6	145	2,00	5,00	3,7172	,77013	
Store ambience	145	1,83	5,00	3,7563	,59997	
Valid N (listwise)	145					

Descriptives

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
MER.1	145	2,00	5,00	4,0345	,68123	
MER.2	145	2,00	5,00	4,0552	,75258	
MER.3	145	2,00	5,00	3,9448	,77977	
MER.4	145	1,00	5,00	3,6552	,77620	
Merchandise	145	1,75	5,00	3,9224	,59840	
Valid N (listwise)	145					

Descriptives

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
SS.1	145	2,00	5,00	3,8138	,77268	
SS.2	145	2,00	5,00	3,8138	,73585	
SS.3	145	2,00	5,00	4,0276	,77231	
Store service	145	2,00	5,00	3,8851	,64595	
Valid N (listwise)	145					

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IB.1	145	2,00	5,00	3,8759	,65493
IB.2	145	2,00	5,00	3,6759	,68600
IB.3	145	2,00	5,00	3,8621	,65214
IB.4	145	2,00	5,00	3,9172	,65089
Intent to buy	145	2,00	5,00	3,8328	,56138
Valid N (listwise)	145				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BB.1	145	1,00	5,00	3,9931	,81220
BB.2	145	2,00	5,00	3,8138	,85786
BB.3	145	2,00	5,00	3,8345	,67714
BB.4	145	2,00	5,00	3,8000	,82158
BB.5	145	1,00	5,00	3,6621	,75664
BB.6	145	2,00	5,00	4,0138	,68704
BB.7	145	2,00	5,00	3,9448	,70494
Customer buying behavior	145	2,14	5,00	3,8660	,56349
Valid N (listwise)	145				

LAMPIRAN VI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Store service, Store ambience, Merchandise	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Intent to buy

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,766 ^a	,587	,578	,36459

a. Predictors: (Constant), Store service, Store ambience, Merchandise

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26,639	3	8,880	66,803	,000 ^a
	Residual	18,742	141	,133		
	Total	45,382	144			

a. Predictors: (Constant), Store service, Store ambience, Merchandise

b. Dependent Variable: Intent to buy

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,495	,238		2,077	,040
	Store ambience	,270	,060	,288	4,463	,000
	Merchandise	,312	,062	,333	5,074	,000
	Store service	,283	,057	,326	4,961	,000

a. Dependent Variable: Intent to buy

LAMPIRAN VII ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Intent to buy ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Customer buying behavior

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,705 ^a	,497	,493	,40111

a. Predictors: (Constant), Intent to buy

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,716	1	22,716	141,195	,000 ^a
	Residual	23,007	143	,161		
	Total	45,723	144			

a. Predictors: (Constant), Intent to buy

b. Dependent Variable: Customer buying behavior

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,154	,231			5,005	,000
	Intent to buy	,708	,060	,705		11,883	,000

a. Dependent Variable: Customer buying behavior

LAMPIRAN VIII TABEL R 5%**TABEL DISTRIBUSI R**

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0,997	51	0,271	101	0,194	151	0,159
2	0,950	52	0,268	102	0,193	152	0,158
3	0,878	53	0,266	103	0,192	153	0,158
4	0,811	54	0,263	104	0,191	154	0,157
5	0,754	55	0,261	105	0,190	155	0,157
6	0,707	56	0,259	106	0,189	156	0,156
7	0,666	57	0,256	107	0,188	157	0,156
8	0,632	58	0,254	108	0,187	158	0,155
9	0,602	59	0,252	109	0,187	159	0,155
10	0,576	60	0,250	110	0,186	160	0,154
11	0,553	61	0,248	111	0,185	161	0,154
12	0,532	62	0,246	112	0,184	162	0,153
13	0,514	63	0,244	113	0,183	163	0,153
14	0,497	64	0,242	114	0,182	164	0,152
15	0,482	65	0,240	115	0,182	165	0,152
16	0,468	66	0,239	116	0,181	166	0,151
17	0,456	67	0,237	117	0,180	167	0,151
18	0,444	68	0,235	118	0,179	168	0,151
19	0,433	69	0,234	119	0,179	169	0,150
20	0,423	70	0,232	120	0,178	170	0,150
21	0,413	71	0,230	121	0,177	171	0,149
22	0,404	72	0,229	122	0,176	172	0,149
23	0,396	73	0,227	123	0,176	173	0,148
24	0,388	74	0,226	124	0,175	174	0,148
25	0,381	75	0,224	125	0,174	175	0,148
26	0,374	76	0,223	126	0,174	176	0,147
27	0,367	77	0,221	127	0,173	177	0,147
28	0,361	78	0,220	128	0,172	178	0,146
29	0,355	79	0,219	129	0,172	179	0,146
30	0,349	80	0,217	130	0,171	180	0,146
31	0,344	81	0,216	131	0,170	181	0,145
32	0,339	82	0,215	132	0,170	182	0,145
33	0,334	83	0,213	133	0,169	183	0,144
34	0,329	84	0,212	134	0,168	184	0,144
35	0,325	85	0,211	135	0,168	185	0,144
36	0,320	86	0,210	136	0,167	186	0,143
37	0,316	87	0,208	137	0,167	187	0,143
38	0,312	88	0,207	138	0,166	188	0,142
39	0,308	89	0,206	139	0,165	189	0,142
40	0,304	90	0,205	140	0,165	190	0,142
41	0,301	91	0,204	141	0,164	191	0,141
42	0,297	92	0,203	142	0,164	192	0,141
43	0,294	93	0,202	143	0,163	193	0,141
44	0,291	94	0,201	144	0,163	194	0,140
45	0,288	95	0,200	145	0,162	195	0,140
46	0,285	96	0,199	146	0,161	196	0,139
47	0,282	97	0,198	147	0,161	197	0,139
48	0,279	98	0,197	148	0,160	198	0,139
49	0,276	99	0,196	149	0,160	199	0,138
50	0,273	100	0,195	150	0,159	200	0,138