

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUASANKONSUMEN DI KEDAI IQ**
(studi pada konsumen Cafe Kedai IQ Yogyakarta).

SKRIPSI



Disusun Oleh :

JEANNETTE DJORY MONTOLALU

11130065

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGAJUAN

Skripsi dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI KEDAI IQ**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

JEANNETTE DJORY MONTOLALU

11130065

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

JEANNETTE DJORY MONTOLALU

11130065

Dalam ujian skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Pada Tanggal 17 Januari 2019

Nama Dosen :

Tanda Tangan:

1. Dr. Singgih Santoso, MM

(Ketua Tim Penguji/ Dosen Pembimbing)

2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Dosen Penguji)

3. Lucia Nurbani Krtika, S.Pd., MM

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 28 JAN 2019

Disahkan Oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I,

Dra. Sisnuhadi, Mba, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul : Analisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Kedai IQ Yogyakarta.

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya adalah sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil dari skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dan karya pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yaitu pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 5 Desember 2018



Jeannette Djory Montolalu

11130065

HALAMAN MOTTO

He will make a way, all the time and all my aspect in life.

-penulis-

He is good all the time.

-penulis-

His time is perfect and never fail.

-penulis-

His time is never fail.

-penulis-

He knows when the best time will come to me.

-penulis-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya dari sepenuh hatiku ini kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus.
2. Kepada orangtua Tercinta papi (Alexander Joy Montolalu) dan mami tercinta (Erica Widyawati Salean).
3. Adik-adik tercinta (Stephanus Julio Montolalu dan Velicia Rich Montolalu).
4. Keluarga ke 2 di Jogja dalam Tuhan CG Youth 16 (imel dan geng)
5. Keluarga ke 2 CG Youth 3 Terkasih (shierly dan geng).
6. Keluarga ke 2 satu kepenilikan (kak ayu,jo dan geng).
7. Seluruh keluarga besar.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan pimpinan-Nya sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis pengaruh store atmosphereterhadap kepuasan konsumen di Yogyakarta.**” yang disusun sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan program Sarjana Manajemen (S1) jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan laporan. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat, membukakakan jalan, kasih kekuatan dan kesehatan sehingga penulis bisa menulis laporan skripsi dan bisa selesai
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D selaku Wakil Dekan Bid. Akademik Manajemen
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga laporan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
4. Kedua orang tua (Bapak Alexander Joy Montolalu.) dan (Ibu Erica Widyawati Salean) & adik-adikku Stephanus dan Chia
5. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doa
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis
7. Teman seperjuangan skripsi: lusi, juli, iriani, juma dan semua teman-teman angkatan manajemen 2013 yang bersama-sama mengerjakan skripsi pada semester Gasal 2018/2019
8. Sahabat-sahabatku:Tepi, Cg terkasih (shier, rey dll), Cg terkasih (Imel,cindy dll), ayu, ci nan, mas do, mas kevin, juli, onni, meta, luzia serta semua yang belum disebutkan yang selalu memberikan semangat
9. Pihak-pihak yang membantu selama penulis mengerjakan skripsi:pak Singgih, pak Edi, responden, dll.
10. Semua teman dan kenalan yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga laporan skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta,5 Desember 2018

Jeannette Djory Montolalu

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Pengajuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi	vi
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstraksi.....	xiii
Abstract	xiv
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
Bab2 Tinjauan Pustaka.....	5
2.1Landasan Teori.....	5
2.2.1Pengertian Store Atmosphere.....	5
2.2 Komponen Store Atmosphere.....	7
2.3 Tujuan Suasana Toko.....	12
2.4 Kepuasan Konsumen.....	13
2.4.1 Komponen yang membentuk Kepuasan Konsumen.....	18
2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	19
2.5. PenelitianTerdahulu.....	20
2.6 Kerangka Berpikir.....	22
2.7 Hipotesis Penelitian.....	23
Bab3 Metode Penelitian.....	24
3.1Desain Penelitian.....	24
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.3 Pengumpulan Data.....	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel.....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	26
3.6 Instrumen Penelitian.....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	29
3.8Uji Hipotesis.....	30
Bab 4 Analisis dan Pembahasan.....	33
4.1 Hasil Analisis Data	33
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	33
4.2.1 Uji Validitas.....	33
4.2.2Uji Reliabilitas	35

4.3 Analisis Deskriptif.....	36
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	38
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	39
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Kedai IQ dalam 1 bulan.....	41
4.3.7 Rangkuman Karakteristik Responden.....	42
4.4 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	43
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.5.1 Uji F.....	46
4.5.2 Uji T.....	47
4.6 Pembahasan.....	50
4.6.1 Pengaruh <i>Exterior</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai IQ di Yogyakarta.....	50
4.6.2 Pengaruh <i>General Interior</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai IQ di Yogyakarta	51
4.6.3 Pengaruh <i>Store Layout</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai IQ di Yogyakarta	52
4.6.4 Pengaruh <i>Interior Display</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai IQ di Yogyakarta.....	53
Bab 5 Kesimpulan dan Saran.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	56
Daftar Pustaka	57
Lampiran	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1	Variabel Independen (bebas).....	26
Tabel 3.2	Variabel Dependen (terikat).....	27
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas	34
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	39
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke KedaiIQ di Yogyakarta.....	41
Tabel 4.9	Rangkuman Karakteristik Responden	42
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Adjusted R</i> ²	43
Tabel 4.11	Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.12	Hasil Uji F	46
Tabel 4.13	Hasil Uji t	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komponen <i>Store Atmosphere</i>	7
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran	22

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2	Data Validitas dan Reliabilitas	62
Lampiran 3	Data Tabel R	64
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran 5	Profil Responden	67
Lampiran 6	Analisis Regresi Berganda	68
Lampiran 7	Surat Izin Penelitian	70
Lampiran 8	Formulir Revisi Judul	71

©UKDW

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI IQ YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen dengan menggunakan variable *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang tinggal di Yogyakarta dan yang menjadi pelanggan maupun pengunjung di Kedai IQ yang tak terbatas, pengambilan sampel yang digunakan dengan *purposive sampling*, data di peroleh dari penyebaran kuesioner dengan jumlah sampling sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Hasil instrumen menunjukkan bahwa variabel General Interior dan Interior Display berpengaruh signifikan secara parsial, valid dan realibel. Sedangkan variabel *Exterior* dan *Store Layout* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kedai IQ Yogyakarta. Dalam uji regresi berganda menunjukkan $Y = 0,941 + 0,040 X_1 + 0,382X_2 + 0,143 X_3 + 0,254 X_4$. Menunjukkan bahwa *exterior* (tidak berpengaruh), *general interior* (berpengaruh), *store layout* (tidak berpengaruh) dan *interior display* (berpengaruh) positif terhadap kepuasan konsumen.

Variabel yang paling dominan *general interior*, hasil uji F menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antar variabel dengan $F = 72,405$ dengan signifikan 0,000. Hasil uji t menunjukkan ada pengaruh secara parsial antar variabel *general interior* dan *interior display* terhadap variabel kepuasan sedangkan *exterior* dan *store layout* tidak terdapat pengaruh secara parsial. Uji R^2 diperoleh sebesar 0,743 ini menunjukkan bahwa pengaruh *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* sebesar 74,3% sedangkan sisanya 25,7% di pengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE IMPACT OF STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER'S SATISFACTION OF KEDAI IQ YOYAKARTA

This research aims to explore the are consumer's satisfaction on variable exterior, general interior, store layout dan interior display.

Population in this research the Kedai IQ Customers in Yogyakarta. The collection of samples is done through purposive sampling, Data is collected through the spreading of questioners, and the total of sampling is 100 respondents. Data collection Technique is done through questioner and thr analysis technique uses the descriptive analysis and multiple regression analysis.

The result of instruments shows that general interior and interior display variables are valid and reliabel but exterior and store layout variables there is no impact are valid and reliable but exterior and store layout , multiple regression test shows $Y = 0,941 + 0,040 X_1 + 0,382 X_2 + 0,143 X_3 + 0,254 X_4$. Confirming exterior, general interior, store layout dan interior display have positive impact on customer's satisfaction.

The most dominat variabel is general interior, the outcome of F test shows there is an interrelated effect among all the variable, with $F = 72,405$ significantly 0,000. The outcome of t test shows that there is a partial effect between variables of general interior and interior display on onsumer's satisfaction, variable of exterior and store layout ther is no impact image on consumer's satisfaction. The test or R^2 is 0,743. It shows that the impact of exterior, general interior, store layout and interior display is 74,3%, while the rest of 25,7% is caused by other factors.

Key Words : *Store atmosphere, costumer's satisfaction.*

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI IQ YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen dengan menggunakan *variable exterior, general interior, store layout* dan *interior display*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang tinggal di Yogyakarta dan yang menjadi pelanggan maupun pengunjung di Kedai IQ yang tak terbatas, pengambilan sampel yang digunakan dengan *purposive sampling*, data di peroleh dari penyebaran kuesioner dengan jumlah sampling sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Hasil instrumen menunjukkan bahwa variabel General Interior dan Interior Display berpengaruh signifikan secara parsial, valid dan realibel. Sedangkan variabel *Exterior* dan *Store Layout* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kedai IQ Yogyakarta. Dalam uji regresi berganda menunjukkan $Y = 0,941 + 0,040 X_1 + 0,382X_2 + 0,143 X_3 + 0,254 X_4$. Menunjukkan bahwa *exterior* (tidak berpengaruh), *general interior* (berpengaruh), *store layout* (tidak berpengaruh) dan *interior display* (berpengaruh) positif terhadap kepuasan konsumen.

Variabel yang paling dominan *general interior*, hasil uji F menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antar variabel dengan $F = 72,405$ dengan signifikan 0,000. Hasil uji t menunjukkan ada pengaruh secara parsial antar variabel *general interior* dan *interior display* terhadap variabel kepuasan sedangkan *exterior* dan *store layout* tidak terdapat pengaruh secara parsial. Uji R^2 diperoleh sebesar 0,743 ini menunjukkan bahwa pengaruh *exterior, general interior, store layout* dan *interior display* sebesar 74,3% sedangkan sisanya 25,7% di pengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE IMPACT OF STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER'S SATISFACTION OF KEDAI IQ YOYAKARTA

This research aims to explore the are consumer's satisfaction on variable exterior, general interior, store layout dan interior display.

Population in this research the Kedai IQ Customers in Yogyakarta. The collection of samples is done through purposive sampling, Data is collected through the spreading of questioners, and the total of sampling is 100 respondents. Data collection Technique is done through questioner and thr analysis technique uses the descriptive analysis and multiple regression analysis.

The result of instruments shows that general interior and interior display variables are valid and reliabel but exterior and store layout variables there is no impact are valid and reliable but exterior and store layout , multiple regression test shows $Y = 0,941 + 0,040 X_1 + 0,382 X_2 + 0,143 X_3 + 0,254 X_4$. Confirming exterior, general interior, store layout dan interior display have positive impact on customer's satisfaction.

The most dominat variabel is general interior, the outcome of F test shows there is an interrelated effect among all the variable, with $F = 72,405$ significantly 0,000. The outcome of t test shows that there is a partial effect between variables of general interior and interior display on onsumer's satisfaction, variable of exterior and store layout ther is no impact image on consumer's satisfaction. The test or R^2 is 0,743. It shows that the impact of exterior, general interior, store layout and interior display is 74,3%, while the rest of 25,7% is caused by other factors.

Key Words : *Store atmosphere, costumer's satisfaction.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Yogyakarta sebagai kota yang memiliki berbagai julukan kota ini, yaitu kota perjuangan, kota kebudayaan, kota pelajar, kota pariwisata dan daerah yang mempunyai keistimewaan. Dengan berbagai julukan yang ada Yogyakarta sering sekali menjadi salah satu kota yang sering dikunjungi oleh wisatawan asing maupun domestik. Dengan banyaknya wisata dan universitas yang ada membuat kota ini selalu ramai. Tidak hanya wisata, namun kuliner di Yogyakarta menjadi salah satu incaran wisatawan maupun mahasiswa pendatang dari luar daerah. Beragam tempat kuliner ada di setiap sudut kota, baik yang berupa warung makan kaki lima, rumah makan tradisional, kedai maupun cafe hingga restoran modern. Usaha kuliner atau makanan merupakan bisnis yang mulai banyak bermunculan, bahkan menjadi suatu bisnis baru yang memiliki banyak peluang. Hal ini dikarenakan banyak orang yang suka mengonsumsi makanan praktis, mudah didapat dan dengan harga yang terjangkau. Semakin banyaknya pilihan tempat makan yang menawarkan berbagai menu dengan harga yang terjangkau, ternyata membuat tingkat kepuasan konsumen semakin besar. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pemilihan tempat makan, atau hanya tempat bersantai dengan menikmati hidangan. Harga dan variasi menu sering menjadi faktor awal yang akan dipertimbangkan oleh konsumen, tetapi ternyata tidak hanya harga dan variasi menu yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih tempat makan, *store atmosphere* ternyata menjadi komponen yang dapat mempengaruhi konsumen. Walaupun harganya mahal bagi sebagian konsumen tidak menjadi suatu masalah asal suasana yang diperoleh sebanding dengan apa yang dikeluarkan. Melihat perilaku konsumen yang terjadi sekarang ternyata konsumen menginginkan sesuatu yang berbeda dengan suasana yang menyenangkan dalam menikmati makanan maupun suasana yang bisa dinikmati saat berkunjung. Kedai IQ adalah tempat

“nongkrong” dan nyaman untuk mengerjakan tugas bagi mahasiswa didaerah Jogja kota yang menyajikan suasana yang berbeda dari *cafe-cafe* yang sudah ada. Sekalipun *store* kedai IQ kecil namun banyak mahasiswa menikmati setiap fasilitas maupu suasana ruangan yang ditawarkan di *cafe* ini. Lokasi *cafe* ini berada dijalan Jl. Urip Sumoharjo No.77 B, Klitren, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, berada pada lokasi yang cukup strategis karena kedai IQ terletak di pinggir jalan dan membuat mudah untuk di akses ke lokasi *cafe*.

Dalam meningkatkan persaingannya ini, Kedai IQ di kota Yogyakarta ini harus mampu menjaga atau bahkan meningkatkan kepuasan konsumennya. Kepuasan tersebut harus mampu distimuli sehingga timbulnya tekanan untuk segera mewujudkannya dalam bentuk tindakan pembelian dan secara kontinu kepuasan ini akan menciptakan loyalitas pada konsumen. Terdapat bermacam-macam faktor yang dapat menjadi stimulus terciptanya kepuasan ini, antara lain adalah *store atmosphere*. Sehingga, diperlukan studi yang mengidentifikasi bagaimana pengaruh variabel *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Kedai IQ di kota Yogyakarta, baik itu secara simultan maupun parsial guna mengetahui kondisi serta kepuasan konsumen terhadap *store atmosphere* Kedai IQ di kota Yogyakarta saat ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Pengaruh *StoreAtmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai IQ”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah pengaruh *exterior* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta?
- b. Bagaimanakah pengaruh *general interior* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta?
- c. Bagaimanakah pengaruh *store layout* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta?
- d. Bagaimanakah pengaruh *interior display* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta?
- e. Bagaimanakah pengaruh *exterior, general interior, store layout* dan *interior display* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *exterior* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *general interior* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *store layout* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta.
- d. Untuk menganalisis pengaruh *interior display* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta.

- e. Untuk menganalisis pengaruh *exterior, general interior, store layout* dan *interior display* terhadap kepuasan konsumen pada Kedai IQ di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Kedai IQ.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, menerima saran dan keluhan konsumen agar dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumen untuk dapat menikmati kenyamanan tempat tersebut.

2. Manfaat bagi Peneliti.

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan wawasan dalam pendidikan selama dibangku perkuliahan mengenai pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Masalah

Berikut ini adalah beberapa batasan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dilakukan hanya di Kedai IQ yang terletak di Jalan Urip Sumoharjo No.77 B, Klitren, Gondokusuman, Kota Yogyakarta
- b. Responden : Yang pernah berkunjung di Kedai IQ minimal 4 kali dalam 1 bulan terakhir. Ukuran ini digunakan agar memiliki batasan dalam menentukan karakteristik responden dan frekuensi berkunjung untuk mengukur level kepuasan konsumen.
- c. Waktu penelitian dilaksanakan pada September 2018 sampai dengan selesai.
- d. Jumlah responden 100 orang.
- e. Variabel yang diteliti yaitu mengenai *Store Atmosphere* (suasana) terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis berkaitan dengan Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Kosumen Kedai IQ di Yogyakarta, maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

- a. Dari hasil tabel data Deskripsi Karakteristik responden, pengolahan data dilakukan dengan 100 responden. Analisis deskriptif penelitian didapatkan bahwa mayoritas jenis kelamin atau gender responden perempuan, dengan usia yang lebih di dominan adalah pada 18-25 tahun, pendidikan lebih didominasi adalah lulusan Perguruan Tinggi, pengeluaran per bulan yang lebih didominasi di antara jumlah >Rp 1.000.000-1.500.000, pekerjaan yang lebih didominasi adalah Pelajar/Mahasiswa dan yang terakhir yaitu frekuensi berkunjung dalam 1 bulan terakhir lebih dominan yaitu 4 kali.
- b. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *General Interior* dan *Interior Display* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kedai IQ di Yogyakarta. Sedangkan variabel *Exterior* dan *Store Layout* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kedai IQ Yogyakarta. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen yang berkunjung ke Kedai IQ merasakan kepuasan dengan berdasarkan pada *General Interior* dan *Interior Display* dibanding melihat dari segi *Exterior* maupun *Store Layout*. Namun secara keseluruhan *exterior*, *general*, *store layout* dan *interior display* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai IQ di Yogyakarta.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

- a. Kedai IQ tetap mempertahankan Exteriornya. Hal ini disebabkan Exterior yang ditawarkan seperti kemudahan menggunakan pintu masuk maupun keluar, tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.
- b. General Interior berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kedai IQ di Yogyakarta. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan Kedai IQ mempertahankan dan terus mengembangkan kepuasan yang didapat konsumen dari variabel General Interior ini.
- c. Kedai IQ tetap mempertahankan Store Layoutnya. Hal ini disebabkan Store Layout yang ditawarkan seperti letak furniture yang sangat rapih, tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.
- d. Interior Display memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Kedai IQ di Yogyakarta. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan Kedai IQ mempertahankan dan terus mengembangkan kepuasan yang didapat konsumen dari variabel Interior Display ini.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih dalam atau melanjutkan penelitian ini, penulis memberi masukan untuk dapat mencari dan mengalih lebih banyak informasi-informasi dari peneliti yang sudah ada maupun sebelumnya secara akurat dan yang berkaitan tentang penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang berbeda serta dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain variabel yang sudah diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Tendean. Arry Widodo, 2014, *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen Studi pada Maja House Sugar & Cream Bandung*, Skripsi : Universitas Telekomunikasi (<https://telkomuniversity.ac.id/>).
- Berman B, Evans JR. 2009. *Retail Management: A Strategy Approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Estri Widyandani, 2017, *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen restoran taman koleksi Bogor*, Skripsi : Institut Pertanian Bogor (<https://ipb.ac.id/>).
- Fandy Tjiptono, *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi, (Yogyakarta: Andy, 2003) h 103.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (edisi kelima.) Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Iis Lauw, 2018, *Analisis Pengaruh Harga, Citra Toko, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta*, Skripsi : Universitas Kristen Duta Wacana (<https://www.ukdw.ac.id/>)
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen pemasaran* jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Levy, Michael & Weitz, Barton A., 2012. *Retailing Management*. New York: McGraw-Hill/ Irwin
- Lily, Srikandi dan Adriani. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Jurnal Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang
- Mowen, Jhon C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid Kedua*. Alih Bahasa: Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga
- Meirini Putri, 2017, *Analisis pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan coffe shop (Studi Kasus Coffee Toffee Post Shop dan Popolo Coffee Bogor)*, Skripsi : Institut Pertanian Bogor (<https://ipb.ac.id/>)
- Netti Mulya Sari Sg, Aditya Wardhana, 2015, *Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasankonsumen pada roemah kopi Bandung*, Skripsi : Universitas Telekomunikasi (<https://telkomuniversity.ac.id/>)
- Sayektiningrum, Inggar. 2014. *Kontibusi Suasana Kedai, Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aiola Eatery Surabaya*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabet
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke duapuluh satu. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, 2003. *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi.*

Andy: Yogyakarta.

Tjiptono dan Fandy, 2005. *Manajemen Jasa. Edisi Keempat, Andi, Yogyakarta.*

Tjiptono dan Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa.* Malang: Banyumedia Publishing.

Umar, Husein, 1997, *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga.* Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern.*

Jakarta: Salemba Empat.

© UKDW

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian.

A. Identitas Responden

Berilah tanda silang (X) pada pilihan identitasresponden.

- 1) Jenis Kelamin :
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan

- 2) Usia Anda saat ini (pilih salah satu di bawah ini):
 - a. s/d 17 tahun
 - b. 18 tahun – 25 tahun
 - c. 26 tahun – 32 tahun
 - d. 33 tahun – 40 tahun
 - e. 41 tahun

- 3) Tingkat Pendidikan Terakhir:
 - a. SMA
 - b. Akademi
 - c. Perguruan Tinggi
 - d. Lainnya

- 4) Pengeluaran Anda per bulan:
 - a. < 1.000.000,00
 - b. > Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
 - c. > Rp 1.500.000,00 – Rp 2.000.000,00
 - d. > Rp 2.000.000,00 – Rp 3.000.000,00
 - e. > Rp 3.000.000,00

- 5) Pekerjaan Anda saat ini (pilih salah satu di bawah ini):
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Pegawai Negeri
 - d. Wiraswasta/Pengusaha
 - e. Guru/Dosen

- 6) Frekuensi pergi berkunjung ke Kedai IQ (selama 1 bulan terakhir):
 - a. 4 kali
 - b. 4-6 kali
 - c. 7-9 kali
 - d. > 10 kali

B. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pada pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat saudara, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

Keterangan kolom jawaban:

SS = Sangat setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

©UKDW

No:		Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
EXTERIOR						
1.	Anda merasa pintu yang tersedia di Kedai IQ memudahkan untuk masuk dan keluar.					
2.	Kedai IQ memiliki lahan parkir yang aman.					
3.	Anda merasa bangunan Kedai IQ sangat menarik.					
GENERAL INTERIOR						
1.	Anda merasa dekorasi interior Kedai IQ menarik.					
2.	Pencahayaan di Kedai IQ sudah tepat di mata Anda.					
3.	Andamenyukai musik-musik yang diputar di Kedai IQ.					
4.	Anda merasa ruangan di Kedai IQ sangat bersih.					
5.	Andamerasa informasi harga produk di Kedai IQ tersedia dengan jelas.					
STORE LAYOUT						
1.	Anda merasa menu di Kedai IQ tertata dengan rapi.					
2.	Anda merasa tata letak kasir di Kedai IQ memudahkan untuk bertransaksi.					
3.	Anda merasa tata letak furniture di Kedai IQ sangat rapi.					
4.	Anda merasa kursi yang tersedia di Kedai IQ sangat nyaman.					
5.	Anda merasa meja yang tersedia di Kedai IQ sangat nyaman.					
INTERIOR DISPLAY						
1.	Anda merasa poster yang dipajang di Kedai IQ menarik perhatian.					
2.	Anda merasa tanda petunjuk toilet di Kedai IQ terlihat jelas.					
3.	Anda merasa tanda petunjuk kasir di Kedai IQ terlihat jelas.					
4.	Anda merasa tanda petunjuk musholah di Kedai IQ terlihat jelas.					
KEPUASAN KONSUMEN						
1.	Anda merasa puas dengan papan nama Kedai IQ sangat menarik.					
2.	Andamerasapuasdengandekorasi interior Kedai IQ menarik.					
3.	Andamerasapuasdengantataletak furniture di Kedai IQ sangat rapi.					
4.	Andamerasapuasdenganposter yang dipajang di Kedai IQ menarik perhatian.					

Lampiran 2

Data Validitas dan Reliabilitas

No	JK	USIA	PEND	PENG	PEK	FRE	EXT1	EXT2	EXT3	R2	GIN1	GIN2	GIN3	GIN4	GIN5	R2	SLA1	SLA2	SLA3	SLA4	SLA5	R2	IDH1	IDH2	IDH3	IDH4	R2	KK1	KK2	KK3	KK4	R2
1	2	2	3	3	2	1	4	4	3	0,0367	3	1	3	2	3	0,024	5	3	4	2	1	0,03	3	2	3	2	0,025	3	4	4	4	0,0375
2	2	5	3	5	4	2	4	4	5	0,0433	5	5	5	5	5	0,05	4	4	5	5	5	0,046	4	4	4	4	0,04	5	5	4	4	0,045
3	2	3	2	3	2	1	3	2	3	0,0267	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03
4	1	2	3	2	6	1	3	3	2	0,0267	1	2	2	1	2	0,016	4	3	3	2	2	0,028	1	2	3	1	0,018	3	1	1	1	0,015
5	2	2	3	1	1	1	3	4	4	0,0367	4	4	3	4	4	0,038	4	4	4	4	3	0,038	3	4	4	4	0,038	4	4	4	4	0,04
6	1	2	1	2	6	4	2	5	2	0,03	2	1	4	3	4	0,028	3	3	3	4	3	0,032	1	1	4	1	0,018	3	3	3	2	0,0275
7	2	2	3	1	1	1	4	4	4	0,04	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04
8	1	2	3	4	1	1	4	3	4	0,0367	3	4	3	2	4	0,032	4	4	3	3	3	0,034	3	4	4	4	0,038	4	4	4	4	0,04
9	2	2	2	1	1	1	4	4	5	0,0433	5	5	5	5	4	0,048	4	5	5	5	5	0,048	5	5	5	5	0,05	5	5	5	5	0,05
10	1	3	3	2	4	3	3	3	2	0,0267	3	4	2	3	4	0,032	4	2	3	3	3	0,03	1	1	1	1	0,01	2	3	3	1	0,0225
11	2	2	3	3	2	1	3	2	2	0,0233	3	2	3	4	4	0,032	3	4	4	4	4	0,038	3	3	4	2	0,03	3	3	4	3	0,0325
12	1	2	1	2	1	2	3	4	5	0,04	5	5	3	4	5	0,044	5	3	5	3	2	0,036	3	4	4	2	0,033	4	4	4	3	0,0375
13	1	2	1	2	1	1	4	2	3	0,03	2	4	4	3	4	0,034	4	4	3	4	4	0,038	4	5	5	5	0,048	5	3	4	3	0,0375
14	2	2	3	1	1	1	4	3	3	0,0333	4	3	4	4	5	0,04	4	4	3	4	4	0,038	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04
15	2	2	1	2	1	1	4	4	4	0,04	4	5	5	5	4	0,046	4	4	4	4	4	0,04	3	4	4	3	0,035	4	4	4	4	0,04
16	1	2	3	4	1	1	2	4	3	0,03	2	4	3	2	2	0,026	3	3	2	3	3	0,028	2	1	4	3	0,025	3	2	3	2	0,025
17	2	2	3	3	2	1	4	4	4	0,04	4	2	4	4	4	0,036	4	4	2	4	4	0,036	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04
18	1	2	3	4	2	1	3	4	4	0,0367	4	4	3	4	4	0,038	5	5	4	4	3	0,042	3	3	2	3	0,028	5	4	4	3	0,04
19	1	2	1	2	1	2	4	4	4	0,04	4	4	3	3	4	0,036	3	3	3	4	4	0,034	3	3	4	3	0,033	3	3	3	3	0,03
20	1	2	3	1	1	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	5	2	5	4	2	0,036	4	3	2	5	0,035	4	2	4	4	0,035
21	1	2	1	1	1	1	4	4	4	0,04	3	4	3	2	4	0,032	4	4	4	4	4	0,04	3	4	4	4	0,038	3	4	4	3	0,035
22	2	2	3	2	1	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03
23	2	2	1	2	1	1	3	4	4	0,0367	3	3	4	4	4	0,036	4	3	4	4	4	0,038	4	4	4	4	0,04	3	3	4	4	0,035
24	1	2	1	5	1	3	4	4	4	0,04	4	3	4	4	4	0,038	3	4	4	4	4	0,038	4	4	5	3	0,04	4	4	3	3	0,035
25	1	2	0	1	1	3	3	3	4	0,0333	3	4	4	3	4	0,036	4	4	4	3	3	0,036	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04
26	2	2	1	3	1	2	4	4	2	0,0333	2	3	3	3	4	0,03	3	2	3	2	3	0,026	3	2	4	3	0,03	2	2	2	2	0,02
27	2	2	3	2	1	1	2	2	2	0,02	2	1	4	2	5	0,028	4	2	2	2	3	0,026	2	1	3	1	0,018	3	3	3	3	0,03
28	2	2	1	1	4	2	4	4	4	0,04	4	4	5	4	4	0,042	5	5	5	5	5	0,05	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04
29	2	2	1	2	1	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03
30	1	1	3	4	1	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03
31	2	1	1	1	1	3	4	4	4	0,04	4	2	4	4	4	0,036	3	4	4	4	4	0,038	3	3	3	3	0,03	3	4	4	4	0,0375
32	1	2	1	4	1	1	4	3	3	0,0333	3	1	3	3	5	0,03	4	4	3	2	3	0,032	3	2	5	3	0,033	3	3	3	3	0,03
33	2	2	2	1	1	1	3	4	4	0,0367	4	3	3	3	4	0,034	4	4	3	3	3	0,034	3	4	3	3	0,033	3	4	3	3	0,0325
34	1	2	1	1	1	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03
35	2	2	3	1	1	1	4	4	3	0,0367	3	3	3	3	3	0,03	4	3	4	4	4	0,038	3	4	4	3	0,035	3	3	3	3	0,03
36	2	2	1	2	1	1	4	4	3	0,0367	3	4	4	4	4	0,038	4	4	3	4	4	0,038	4	4	4	4	0,04	2	4	4	4	0,035
37	1	2	3	5	2	1	5	3	3	0,0367	3	4	4	3	4	0,036	4	4	3	3	3	0,034	3	4	3	5	0,033	4	4	4	3	0,0375
38	2	2	3	1	6	1	3	4	4	0,0367	4	4	4	4	2	0,036	4	4	4	2	4	0,036	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04
39	1	2	3	2	1	1	4	3	4	0,0367	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	3	0,038	3	4	4	4	0,0375
40	2	2	1	3	1	1	4	3	4	0,0367	4	2	3	4	3	0,032	4	4	4	4	2	0,036	4	3	3	4	0,035	4	4	4	4	0,04
41	1	2	1	1	1	1	4	3	3	0,0333	3	4	3	4	5	0,038	4	4	3	3	4	0,036	3	5	5	4	0,043	2	4	4	3	0,0325
42	2	1	2	1	2	1	5	5	5	0,05	5	5	5	5	5	0,05	5	5	5	5	5	0,05	5	5	5	5	0,05	5	5	5	5	0,05
43	2	2	1	2	1	1	4	4	3	0,0367	4	4	4	4	3	0,038	3	3	3	3	3	0,03	4	4	4	4	0,04	5	4	4	4	0,0425
44	1	2	3	2	4	1	2	4	4	0,0333	3	2	3	4	4	0,032	4	4	3	4	3	0,036	3	4	4	3	0,035	4	3	4	3	0,035
45	2	2	1	2	1	1	4	5	3	0,04	4	4	5	5	5	0,046	5	4	4	4	4	0,042	3	4	4	4	0,038	4	4	4	3	0,0375
46	2	2	1	2	1	1	4	3	3	0,0333	4	3	4	4	5	0,04	4	3	4	4	4	0,038	4	4	5	4	0,043	5	4	4	4	0,0425
47	2	2	3	2	1	1	4	2	4	0,0333	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	5	5	0,044	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04
48	2	1	2	1	2	1	2	4	4	0,04	3	4	3	3	4	0,034	4	4	3	4	4	0,038	3	3	4	0,033	3	4	3	3	0,0325	
49	1	2	3	2	2	1	5	4	4	0,0433	5	4	5	4	5	0,046	5	5	4	4	5	0,046	4	5	5	4	0,045	5	5	5	5	0,05
50	1	2	3	1	6	1	3	2	2	0,0233	3	2	4	4	2	0,05	2	2	3	1	1	0,018	2	2	2	5	0,021	2	2	2	3	0,0225
51	2	2	3	4	2	1	3	2	3	0,0267	2	2	2	4	4	0,028	3	4	3	3	3	0,032	4	2	2	2	0,025	4	3	3	3	0,0325
52	1	2	3	5	6	2	2	1	3	0,02	4	3	5	5	1	0,036	5	2	1	3	2	0,026	3	2	1	5	0,028	5	5	1	5	0,04
53	1	2	3	5	2	4	1	1	1	0,01	1	1	1	1	1	0,01	1	1	1	1	1	0,01	1	1	1	1	0,01	1	1	1	1	0,01
54	2	2	1	1	1	1	4	4	3	0,0367	3	2	3	2	4	0,028	3	3	4	3	3	0,032	3	3	4	3	0,033					

60	1	2	1	3	2	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03
61	1	3	3	1	4	1	2	3	4	0,03	4	4	3	3	4	0,036	3	2	3	3	3	0,028	3	3	3	3	0,03	4	4	4	4	0,04				
62	2	2	3	2	1	1	4	3	4	0,0367	4	4	4	3	4	0,038	3	4	4	4	4	0,038	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04				
63	2	3	1	5	2	2	4	4	4	0,04	3	2	4	4	4	0,034	4	3	2	4	4	0,032	3	4	4	3	0,035	3	3	3	3	0,03				
64	1	2	3	1	1	1	3	4	4	0,0367	4	2	4	4	4	0,036	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04				
65	1	2	3	3	1	1	3	4	2	0,03	3	2	3	4	5	0,034	4	3	4	3	3	0,034	2	3	3	3	0,028	4	2	4	1	0,0275				
66	1	2	3	4	1	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03				
67	2	2	3	3	1	1	4	3	3	0,0333	4	3	4	4	4	0,038	4	4	3	4	4	0,038	3	4	3	3	0,033	3	3	3	3	0,03				
68	1	4	1	4	6	1	4	4	3	0,0367	3	3	3	3	4	0,032	4	4	4	3	3	0,036	3	4	3	3	0,033	3	3	4	3	0,0325				
69	2	2	1	2	1	2	4	4	4	0,04	4	3	3	4	4	0,036	4	4	4	4	4	0,04	4	3	4	4	0,038	4	4	4	4	0,04				
70	2	2	1	2	1	1	3	3	3	0,0333	4	4	3	3	4	0,036	3	3	3	4	4	0,034	4	3	3	3	0,033	4	4	3	4	0,0375				
71	1	2	1	3	1	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03				
72	1	4	3	5	2	1	2	4	2	0,0267	3	1	2	2	3	0,022	3	4	2	2	2	0,026	3	3	2	3	0,028	2	3	3	3	0,0275				
73	1	2	3	2	1	2	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03				
74	2	2	3	2	1	1	4	4	4	0,04	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04				
75	2	2	1	1	1	1	4	5	3	0,04	3	3	4	3	5	0,036	4	4	3	3	3	0,034	4	4	5	3	0,04	4	3	3	4	0,035				
76	2	2	3	4	1	4	3	4	3	0,0333	3	4	4	4	4	0,038	4	4	4	4	4	0,04	3	3	3	3	0,03	3	4	3	4	0,035				
77	2	2	3	1	1	2	4	4	4	0,04	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04				
78	2	2	3	3	1	1	4	2	2	0,0267	4	1	1	2	3	0,022	3	1	4	3	3	0,028	3	3	2	3	0,028	2	3	4	2	0,0275				
79	1	2	1	1	1	1	5	4	4	0,0433	4	4	4	5	4	0,042	4	4	4	4	4	0,04	4	2	4	4	0,035	5	4	4	4	0,0425				
80	1	3	4	5	2	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	4	0,032	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03				
81	1	2	3	4	1	1	2	1	1	0,0133	1	1	1	2	4	0,018	2	1	2	3	3	0,022	3	2	3	2	0,025	2	2	2	2	0,02				
82	2	2	1	2	1	1	4	3	3	0,0333	3	3	3	3	3	0,03	4	3	3	4	3	0,034	3	2	4	2	0,028	4	3	3	3	0,0325				
83	1	2	1	5	1	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	5	0,034	4	3	4	4	5	0,04	4	4	5	4	0,043	4	3	4	5	0,04				
84	1	2	3	1	1	1	3	4	3	0,0333	2	2	3	3	3	0,026	3	3	2	2	3	0,026	3	3	3	3	0,03	3	2	3	3	0,0275				
85	2	1	4	1	1	2	4	4	4	0,04	5	3	5	4	4	0,042	3	3	4	3	3	0,032	4	4	3	3	0,035	4	4	4	4	0,04				
86	1	2	1	3	1	1	4	1	1	0,02	1	1	2	1	4	0,018	1	1	1	3	4	0,02	1	1	3	1	0,015	3	1	2	1	0,0175				
87	2	2	1	2	1	1	4	3	2	0,03	2	2	3	2	4	0,026	3	2	3	3	3	0,028	4	2	3	2	0,028	4	4	3	4	0,0375				
88	1	2	3	3	1	1	3	3	2	0,0267	3	2	2	2	2	0,022	3	2	3	3	3	0,028	3	2	3	3	0,028	3	3	3	3	0,03				
89	2	2	1	1	1	1	3	3	2	0,0267	2	1	3	3	4	0,026	4	3	3	3	3	0,032	3	3	4	3	0,033	2	3	2	3	0,025				
90	2	2	1	2	1	1	4	2	3	0,03	3	2	3	3	4	0,03	3	2	3	3	3	0,028	3	2	2	2	0,023	3	3	3	3	0,03				
91	2	2	1	2	1	1	4	2	2	0,0267	3	2	4	3	4	0,032	4	2	4	2	4	0,032	3	1	2	1	0,018	3	3	3	3	0,03				
92	2	2	4	2	1	1	4	4	3	0,0367	3	3	3	3	4	0,032	2	3	2	2	2	0,022	2	3	3	3	0,028	4	3	3	4	0,035				
93	2	2	1	2	1	1	3	4	4	0,0367	4	4	3	3	3	0,034	4	3	4	3	3	0,034	3	4	3	4	0,035	3	4	3	3	0,0325				
94	1	2	3	2	1	2	4	4	3	0,0367	3	4	4	3	4	0,036	3	3	4	4	3	0,034	4	3	4	4	0,038	4	3	4	3	0,035				
95	2	2	3	3	1	1	4	3	3	0,0333	4	4	3	4	4	0,038	4	4	3	4	4	0,038	3	4	4	3	0,035	3	3	4	3	0,0325				
96	2	2	1	1	1	1	2	4	2	0,0267	2	2	4	4	4	0,032	4	2	4	4	4	0,036	2	4	4	4	0,035	3	2	4	2	0,0275				
97	2	2	1	2	1	1	4	5	4	0,0433	4	4	3	4	4	0,038	4	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04	4	4	4	4	0,04				
98	1	2	3	2	1	2	5	5	5	0,05	5	5	5	5	5	0,05	5	5	4	5	4	0,046	4	4	4	4	0,04	4	5	4	5	0,045				
99	2	1	1	1	1	3	3	3	3	0,03	3	2	2	2	3	0,024	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03				
100	1	2	3	4	1	3	5	5	5	0,05	5	2	5	5	2	0,038	2	4	5	2	1	0,028	5	5	5	3	0,045	5	4	2	3	0,035				

80	1	3	4	5	2	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	4	0,032	3	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03	3	3	3	3	0,03
81	1	2	3	4	1	1	2	1	1	0,0133	1	1	1	2	4	0,018	2	1	2	3	3	0,022	3	2	3	2	0,025	2	2	2	2	0,02
82	2	2	1	2	1	1	4	3	3	0,0333	3	3	3	3	3	0,03	4	3	3	4	3	0,034	3	2	4	2	0,028	4	3	3	3	0,0325
83	1	2	1	5	1	1	3	3	3	0,03	3	3	3	3	5	0,034	4	3	4	4	5	0,04	4	4	5	4	0,043	4	3	4	5	0,04
84	1	2	3	1	1	1	3	4	3	0,0333	2	2	3	3	3	0,026	3	3	2	2	3	0,026	3	3	3	3	0,03	3	2	3	3	0,0275
85	2	1	4	1	1	2	4	4	4	0,04	5	3	5	4	4	0,042	3	3	4	3	3	0,032	4	4	3	3	0,035	4	4	4	4	0,04
86	1	2	1	3	1	1	4	1	1	0,02	1	1	2	1	4	0,018	1	1	1	3	4	0,02	1	1	3	1	0,015	3	1	2	1	0,0175
87	2	2	1	2	1	1	4	3	2	0,03	2	2	3	2	4	0,026	3	2	3	3	3	0,028	4	2	3	2	0,028	4	4	3	4	0,0375
88	1	2	3	3	1	1	3	3	2	0,0267	3	2	2	2	2	0,022	3	2	3	3	3	0,028	3	2	3	3	0,028	3	3	3	3	0,03
89	2	2	1	1	1	1	3	3	2	0,0267	2	1	3	3	4	0,026	4	3	3	3	3	0,032	3	3	4	3	0,033	2	3	2	3	0,025
90	2	2	1	2	1	1	4	2	3	0,03	3	2	3	3	4	0,03	3	2	3	3	3	0,028	3	2	2	2	0,023	3	3	3	3	0,03
91	2	2	1	2	1	1	4	2	2	0,0267	3	2	4	3	4	0,032	4	2	4	2	4	0,032	3	1	2	1	0,018	3	3	3	3	0,03
92	2	2	4	2	1	1	4	4	3	0,0367	3	3	3	3	4	0,032	2	3	2	2	2	0,022	2	3	3	3	0,028	4	3	3	4	0,035
93	2	2	1	2	1	1	3	4	4	0,0367	4	4	3	3	3	0,034	4	3	4	3	3	0,034	3	4	3	4	0,035	3	4	3	3	0,0325

Lampiran 3

Tabel R

tabel r

t (sal)	1%	5%	10%	30%	t (sal)	1%	5%	15%	30%
1	0,985	0,929	0,814	0,649	51	0,215	0,181	0,162	0,102
2	0,801	0,770	0,640	0,486	52	0,213	0,179	0,161	0,101
3	0,770	0,603	0,542	0,404	53	0,211	0,178	0,160	0,100
4	0,695	0,590	0,470	0,353	54	0,209	0,176	0,099	0,099
5	0,634	0,530	0,433	0,317	55	0,207	0,174	0,098	0,098
6	0,586	0,495	0,399	0,290	56	0,205	0,172	0,097	0,097
7	0,548	0,462	0,371	0,270	57	0,202	0,170	0,096	0,096
8	0,516	0,434	0,349	0,253	58	0,200	0,169	0,095	0,094
9	0,489	0,411	0,330	0,237	59	0,198	0,167	0,094	0,093
10	0,465	0,392	0,314	0,227	60	0,196	0,165	0,093	0,093
11	0,445	0,375	0,300	0,216	61	0,195	0,164	0,092	0,092
12	0,427	0,360	0,288	0,207	62	0,194	0,163	0,092	0,092
13	0,411	0,346	0,277	0,199	63	0,193	0,162	0,091	0,091
14	0,397	0,334	0,267	0,192	64	0,192	0,162	0,091	0,091
15	0,384	0,323	0,258	0,186	65	0,191	0,161	0,091	0,090
16	0,373	0,310	0,250	0,180	66	0,190	0,160	0,090	0,090
17	0,362	0,305	0,243	0,175	67	0,189	0,159	0,089	0,089
18	0,352	0,296	0,237	0,170	68	0,188	0,159	0,089	0,089
19	0,343	0,289	0,230	0,165	69	0,187	0,158	0,089	0,089
20	0,335	0,282	0,225	0,161	70	0,187	0,157	0,088	0,088
21	0,327	0,275	0,219	0,157	71	0,186	0,156	0,088	0,088
22	0,320	0,269	0,214	0,154	72	0,185	0,155	0,088	0,088
23	0,313	0,263	0,210	0,150	73	0,184	0,155	0,087	0,087
24	0,307	0,258	0,206	0,147	74	0,183	0,154	0,087	0,087
25	0,301	0,253	0,201	0,144	75	0,182	0,153	0,086	0,086
26	0,295	0,248	0,198	0,141	76	0,181	0,152	0,086	0,086
27	0,290	0,244	0,194	0,139	77	0,180	0,151	0,085	0,085
28	0,285	0,239	0,191	0,136	78	0,179	0,151	0,085	0,085
29	0,280	0,235	0,187	0,134	79	0,178	0,150	0,084	0,084
30	0,275	0,231	0,184	0,132	80	0,177	0,149	0,084	0,084
31	0,271	0,228	0,177	0,130	81	0,176	0,148	0,084	0,084
32	0,266	0,225	0,170	0,128	82	0,175	0,147	0,083	0,083
33	0,264	0,222	0,163	0,127	83	0,174	0,147	0,083	0,083
34	0,261	0,219	0,156	0,125	84	0,173	0,146	0,082	0,082
35	0,257	0,216	0,149	0,123	85	0,172	0,145	0,082	0,082
36	0,253	0,213	0,142	0,121	86	0,171	0,144	0,081	0,081
37	0,250	0,210	0,135	0,119	87	0,170	0,143	0,081	0,081
38	0,246	0,207	0,128	0,118	88	0,169	0,143	0,080	0,080
39	0,243	0,204	0,121	0,116	89	0,168	0,142	0,080	0,080
40	0,239	0,201	0,114	0,114	90	0,168	0,141	0,080	0,080
41	0,237	0,199	0,113	0,113	91	0,167	0,140	0,079	0,079
42	0,235	0,197	0,112	0,112	92	0,166	0,139	0,079	0,079
43	0,233	0,196	0,111	0,111	93	0,165	0,139	0,078	0,078
44	0,230	0,194	0,110	0,110	94	0,164	0,138	0,078	0,078
45	0,228	0,192	0,109	0,109	95	0,163	0,137	0,077	0,077
46	0,226	0,190	0,108	0,108	96	0,162	0,136	0,077	0,077
47	0,224	0,188	0,107	0,107	97	0,161	0,135	0,076	0,076
48	0,222	0,187	0,106	0,106	98	0,160	0,135	0,076	0,076
49	0,220	0,185	0,105	0,105	99	0,159	0,134	0,075	0,075
50	0,218	0,183	0,104	0,104	100	0,158	0,133	0,075	0,075

Lampiran 4

Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.952	.953	21

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Exterior1	3.5000	.78498	100
Exterior2	3.4000	.92113	100
Exterior3	3.2700	.89730	100
Generalinterior1	3.3200	.90877	100
Generalinterior2	3.0200	1.10992	100
Generalinterior3	3.4100	.90000	100
Generalinterior4	3.3800	.93765	100
Generalinterior5	3.7500	.84537	100
Storelayout1	3.6400	.81054	100
Storelayout2	3.3700	.92829	100
Storelayout3	3.4100	.86568	100
Storelayout4	3.3700	.87219	100
Storelayout5	3.3700	.89505	100
Interiordisplay1	3.2400	.81798	100
Interiordisplay2	3.2400	1.00624	100
Interiordisplay3	3.5200	.90431	100
Interiordisplay4	3.2100	.92436	100
Kepuasankonsumen1	3.4800	.85776	100
Kepuasankonsumen2	3.4000	.86457	100
Kepuasankonsumen3	3.4200	.80629	100
Kepuasanakonsumen4	3.3200	.88626	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Exterior1	67.5000	168.859	.572	.481	.952
Exterior2	67.6000	167.394	.542	.507	.952
Exterior3	67.7300	162.037	.801	.791	.949
Generalinterior1	67.6800	162.402	.774	.818	.949
Generalinterior2	67.9800	161.515	.852	.543	.951
Generalinterior3	67.5900	163.800	.718	.727	.950
Generalinterior4	67.6400	162.778	.731	.722	.949
Generalinterior5	67.2500	170.109	.468	.561	.953
Storelayout1	67.3600	167.889	.600	.531	.951
Storelayout2	67.6300	162.195	.765	.716	.949
Storelayout3	67.5900	165.376	.675	.666	.950
Storelayout4	67.6300	164.761	.698	.709	.950
Storelayout5	67.6300	166.498	.600	.707	.951
Interiordisplay1	67.7600	164.811	.746	.789	.949
Interiordisplay2	67.7600	160.891	.754	.732	.949
Interiordisplay3	67.4800	166.353	.599	.647	.951
Interiordisplay4	67.7900	163.885	.693	.719	.950
KepuasanKonsumen1	67.5400	165.786	.662	.578	.950
KepuasanKonsumen2	67.6000	162.768	.799	.802	.949
KepuasanKonsumen3	67.5800	164.872	.755	.719	.949
KepuasanKonsumen4	67.6800	163.735	.733	.797	.949

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
71.0000	181.152	13.45925	21

Lampiran 5

Profil Responden

**Frequencies
Frequency Table**

Gender

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	46	46.0	46.0	46.0
Valid perempuan	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<17 tahun	5	5.0	5.0	5.0
Valid 18-25 tahun	85	85.0	85.0	90.0
26-32 tahun	7	7.0	7.0	97.0
33-40 tahun	2	2.0	2.0	99.0
>41 tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
.00	1	1.0	1.0	1.0
SMA	45	45.0	45.0	46.0
Valid Akademi	5	5.0	5.0	51.0
d PerguruanTinggi	46	46.0	46.0	97.0
Lainnya	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pengeluaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<1.000.000	28	28.0	28.0	28.0
Valid >1.000.000-1.500.000	36	36.0	36.0	64.0
>1.500.000-2.000.000	13	13.0	13.0	77.0
d >2.000.000-3.000.000	13	13.0	13.0	90.0
>3.000.000	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
pelajar/mahasiswa	73	73.0	73.0	73.0
Valid pegawai/swasta	16	16.0	16.0	89.0
wirawasta/pengusaha	5	5.0	5.0	94.0
d lainnya	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<4 kali	76	76.0	76.0	76.0
Valid 4-6 kali	15	15.0	15.0	91.0
7-9 kali	6	6.0	6.0	97.0
>10 kali	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 6
 Analisis Regresi Berganda

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KK	13.6000	2.87096	100
Exterior	10.1700	2.06977	100
Generalinterior	16.8600	3.58735	100
Storelayout	17.1600	3.41630	100
Interiordisplay	13.2100	3.05603	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Interiordisplay, Exterior, Storelayout, Generalinterior ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KK

b. All requested variables entered.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.868 ^a	.753	.743	1.45656	2.187

a. Predictors: (Constant), Interiordisplay, Exterior, Storelayout, Generalinterior

b. Dependent Variable: KK

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	614.451	4	153.613	72.405	.000 ^b
	Residual	201.549	95	2.122		
	Total	816.000	99			

a. Dependent Variable: KK

b. Predictors: (Constant), Interiordisplay, Exterior, Storelayout, Generalinterior

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.941	.802	1.173	.244			
	Exterior	.040	.119	.029	.337	.352	2.844	
	Generalinterior	.382	.078	.477	4.901	.000	.274	3.649
	Storelayout	.143	.076	.170	1.877	.064	.318	3.147
	Interiordisplay	.254	.078	.271	3.272	.001	.380	2.634

a. Dependent Variable: KK

CollinearityDiagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	ConditionIndex	Variance Proportions				
				(Constant)	Exterior	Generalinterior	Storelayout	Interiordisplay
1	1	4.938	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.028	13.184	.89	.01	.02	.01	.10
	3	.014	18.808	.06	.04	.17	.08	.87
	4	.011	20.815	.00	.79	.02	.34	.01
	5	.008	25.193	.05	.16	.78	.58	.02

a. Dependent Variable: KK

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	4.7025	19.7502	13.6000	2.49130	100
Residual	-3.98108	4.34838	.00000	1.42683	100
Std. Predicted Value	-3.571	2.469	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.733	2.985	.000	.980	100

a. Dependent Variable: KK

Lampiran 7
Surat Izin Penelitian


PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 17 Desember 2018

Nomor : 074/11950/Kesbangpol/2018
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada Yth :
Wakil Kota Yogyakarta
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Perizinan Kota Yogyakarta
di Yogyakarta

Memperhatikan surat :

Dari : Wakil Dekan Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana
Nomor : 62/I.01/FBM/2018
Tanggal : 11 Desember 2018
Perihal : Permohonan Izin Penelitian dan Menyebarkan Kuesioner

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal **"ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA) CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI IQ"** kepada:

Nama : JEANNETTE DJORY MONTOLALU
NIM : 11130065
No HP/Identitas : 0896143450313/6309066007950001
Prodi/Jurusan : Manajemen
Fakultas : Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
Lokasi Penelitian : Kedai IQ, Jl. Urip Sumoharjo No.77 B, Klitren, Gondokusuman, Kota Yogyakarta
Waktu Penelitian : 17 Desember 2018 s.d 31 Desember 2018

Sehubungan dengan maksud tersebut diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan:

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY selambat-lambatnya 6 bulan setelah penelitian dilaksanakan.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.


AGUNG SUPRIYONO, SH
NIP. 19601026 199203 1 004

Tembusan disampaikan Kepada Yth.:

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Wakil Dekan Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana;
3. Yang bersangkutan.

Lampiran 8
Formulir Revisi Judul

FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI

Nama : Jlana-elle NIM : 11130065

Judul lama
Analisis Pengaruh Store Atmosphere (Suisana) Kafe terhadap Kepuasan Konsumen di
Kedai IA

Judul baru (jika ada)
Analisis Pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai IA

Judul dalam bahasa Inggris
Analysis Of The Impact Of Store Atmosphere ON Customer Satisfaction Of
Kedai IA Yogyakarta

Mengetahui,
Dosen Pembimbing [Signature] Mahasiswa, [Signature]

(Note: A large watermark '© UKDIN' is visible across the bottom half of the page.)

- NAMA: Janece DM NIM: 11130065
- Perubahan/ Revisi JUDUL SKRIPSI
(setelah pelaksanaan ujian, wajib melapor kepada staf administrasi Fakultas, bila ada)

- buat definisi operasional
(bab 3)

- penjelasan di bab 4
di tambah / lampas.
di pengantar / tidak

- Kata² persepsi & laplitas
digama² di keprada

- Hal 53 → tidak ada
his dsbnya

Tanda tangan
Penguji 1

[Signature]
[Signature]

Penguji 2

[Signature]
[Signature]

Penguji 3

[Signature]

Catatan

(Jika tanda tangan sudah terisi semua, serahkan ke staf admin, Fakultas untuk diarsip)