



## LAMPIRAN 1

### Kuesioner Uji Validitas dan Reliabilitas

#### PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA DISTRO HUGE DI BANYUWANGI

##### A. IdentitasPeneliti

Nama : VilliaArisma Putri

Nim : 1817011099

##### B. IdentitasResponden

Nama LengkapResponden :

Jenis Kelamin :

Umur :

##### C. PetunjukPengisianAngket

Jawablahpertanyaanberikutsesuaidengankeadaansaudara yang sebenarnya dengancara

1. Daftar kuisisionerinihanyasemata-matauntuk data penelitiandalamrangkamenyelesaikanstudi di Universitas Pendidikan Ganesha Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi
2. Bacalahterlebihdahulusetiapbutirpenyataandalamkuisisionerdengancerm at
3. Berikantandacek(√) padajawaban yang benar-benarsesuaidengankondisianda
4. Satu penataanhanyabilehdijawabdengansatupilihanjawaban
5. Pilihanjawaban yang tersedia:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

NT : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

## Lampiran 2

### 1. Daftar Nama Responden Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur
1	Ibnu sahru reza	Laki-Laki	16
2	Hela	Perempuan	22
3	Puput Novita	Perempuan	23
4	Merin Ika Nur Aldalia	Perempuan	19
5	Hendri	Laki-Laki	21
6	Septiyan Ari Dwi Cahyo	Laki-Laki	23
7	Eva Zulfa Ariyani	Perempuan	19
8	Diva Ananda	Laki-Laki	18
9	Oswaldus arut	Laki-Laki	22
10	Tika Putri	Perempuan	23
11	Dhea nanda pratiwi	Perempuan	23
12	Dewi silviana	Perempuan	22
13	Yusup	Laki-Laki	22
14	Rina Puji Astutik	Perempuan	24
15	Akhmad Saefudin	Laki-Laki	23
16	Imama ghufron	Laki-Laki	30
17	Tania lera	Perempuan	20
18	Danik alfarista	Perempuan	24
19	Meilina Yunda Dewi, S.Pd	Perempuan	24
20	Ahlakul karimah	Perempuan	23
21	Vio	Perempuan	23
22	Hildawati Wulandari	Perempuan	23
23	Devina Mega Utami	Perempuan	22
24	Gaudensia Yani Nogu	Perempuan	21
25	Afrizal	Laki-Laki	24
26	Rosalia Osin	Perempuan	24
27	Alza Zulfa Dwi Afna	Perempuan	23
28	Candra aditama	Laki-Laki	22
29	Adindajuwitaputri	Perempuan	23
30	Sulistyani	Perempuan	22

### Lampiran 3

#### 1. Data Ordinal Kuesioner Penelitian

##### a. Store Atmosphere (X1)

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	TOTAL
1	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	51
2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	45
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	47
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
6	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	45
7	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	51
8	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	41
10	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
11	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	42
12	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
13	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	49
14	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	45
15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	52
16	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	51
17	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	50
18	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	44
19	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	49
20	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	48
21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
22	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	48
23	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	47
24	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	48
25	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	51
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
27	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	53
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	46
29	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	49
30	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	50

## b. Keragaman produk (X2)

No	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	TOTAL
1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	41
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
6	3	3	4	4	4	4	4	2	5	4	37
7	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	38
11	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
13	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
14	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
15	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	44
16	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
17	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	46
18	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
19	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
20	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	39
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
22	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	42
23	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	43
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
25	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
26	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	45
27	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	44
28	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42

## c. Pembelian Impulsif

No	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	TOTAL
1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	42
2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	4	4	3	4	4	5	5	4	4	37
7	5	4	5	4	5	5	4	5	5	42
8	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
9	4	4	4	4	4	4	4	4	1	33
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
12	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
13	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
14	4	5	4	4	4	4	5	3	4	37
15	5	5	5	4	5	5	5	5	4	43
16	5	4	5	4	5	4	5	5	5	42
17	5	4	5	5	4	4	5	5	4	41
18	4	4	4	5	4	3	4	4	4	36
19	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
20	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
21	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
22	4	5	5	4	4	4	4	4	5	39
23	5	3	4	5	5	4	4	4	4	38
24	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38
25	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
29	4	4	4	5	5	4	4	5	5	40
30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41

## Lampiran 4

### 1. Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Hasil Output *Store atmosphere*(X1)

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	.480**	.318	.466**	.292	.386*	.077	.296	.263	.294	-.043	.550**
	Sig. (2-tailed)		.007	.087	.009	.118	.035	.685	.113	.161	.115	.822	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P02	Pearson Correlation	.480**	1	.146	.341	.226	.384*	.114	.327	.412*	.272	.253	.568**
	Sig. (2-tailed)	.007		.441	.065	.230	.036	.548	.077	.024	.146	.177	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P03	Pearson Correlation	.318	.146	1	.423*	.177	.237	.367*	.327	.184	.239	.296	.554**
	Sig. (2-tailed)	.087	.441		.020	.348	.208	.046	.078	.330	.204	.112	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P04	Pearson Correlation	.466**	.341	.423*	1	.400*	.526**	.367*	.112	.418*	.283	.185	.667**
	Sig. (2-tailed)	.009	.065	.020		.028	.003	.046	.557	.022	.129	.328	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P05	Pearson Correlation	.292	.226	.177	.400*	1	.451*	.155	-.018	.230	.138	.172	.456*
	Sig. (2-tailed)	.118	.230	.348	.028		.012	.414	.923	.222	.466	.365	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P06	Pearson Correlation	.386*	.384*	.237	.526**	.451*	1	.526**	.261	.471**	.320	.334	.716**
	Sig. (2-tailed)	.035	.036	.208	.003	.012		.003	.164	.009	.085	.071	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P07	Pearson Correlation	.077	.114	.367*	.367*	.155	.526**	1	.486**	.431*	.280	.485**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.685	.548	.046	.046	.414	.003		.007	.017	.135	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P08	Pearson Correlation	.296	.327	.327	.112	-.018	.261	.486**	1	.412*	.284	.166	.540**
	Sig. (2-tailed)	.113	.077	.078	.557	.923	.164	.007		.024	.128	.381	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P09	Pearson Correlation	.263	.412*	.184	.418*	.230	.471**	.431*	.412*	1	.475**	.478**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.161	.024	.330	.022	.222	.009	.017	.024		.008	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.294	.272	.239	.283	.138	.320	.280	.284	.475**	1	.543**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.115	.146	.204	.129	.466	.085	.135	.128	.008		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	-.043	.253	.296	.185	.172	.334	.485**	.166	.478**	.543**	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.822	.177	.112	.328	.365	.071	.007	.381	.007	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.550**	.568**	.554**	.667**	.456*	.716**	.647**	.540**	.719**	.662**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.001	.000	.011	.000	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	11

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	43.8667	12.464	.449	.817
P2	44.1000	12.369	.468	.815
P3	44.2667	12.202	.437	.818
P4	44.0667	11.720	.570	.806
P5	44.1333	12.809	.345	.825
P6	44.0667	11.789	.640	.801
P7	44.1667	11.661	.538	.809
P8	44.0333	12.447	.434	.818
P9	44.0333	11.482	.633	.800
P10	44.1000	10.852	.512	.816
P11	44.1667	12.075	.496	.813





	Sig. (2-tailed)	.009	.006	.000	.107	.000	.005		.472	.042	.503	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P19	Pearson Correlation	.237	.159	.227	.133	.164	.188	.137	1	.255	.045	.463*
	Sig. (2-tailed)	.206	.402	.227	.485	.386	.319	.472		.174	.814	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P20	Pearson Correlation	.222	-.011	.146	.024	.211	.065	.373*	.255	1	-.054	.369*
	Sig. (2-tailed)	.239	.953	.441	.898	.263	.734	.042	.174		.778	.045
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P21	Pearson Correlation	.233	.302	.339	.339	.391*	.036	.127	.045	-.054	1	.411*
	Sig. (2-tailed)	.215	.104	.067	.067	.032	.851	.503	.814	.778		.024
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.691**	.736**	.816**	.634**	.823**	.565**	.735**	.463*	.369*	.411*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.010	.045	.024	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	10



## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P12	38.6333	9.206	.583	.778
P13	38.6000	9.214	.650	.772
P14	38.5000	9.086	.758	.762
P15	38.5000	9.707	.533	.785
P16	38.5667	9.151	.769	.763
P17	38.8667	9.361	.394	.805
P18	38.7333	9.513	.663	.774
P19	38.7667	9.840	.270	.823
P20	38.6667	10.506	.212	.819
P21	38.2667	10.478	.281	.810





	Sig. (2-tailed)	.077	.078	.557	.923	.164	.007		.024	.128	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P29	Pearson Correlation	.412*	.184	.418*	.230	.471**	.431*	.412*	1	.475**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.024	.330	.022	.222	.009	.017	.024		.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P30	Pearson Correlation	.272	.239	.283	.138	.320	.280	.284	.475**	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.146	.204	.129	.466	.085	.135	.128	.008		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.553**	.554**	.683**	.464**	.728**	.669**	.563**	.726**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.010	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	9



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P22	35.1333	8.740	.431	.783
P23	35.3000	8.562	.413	.785
P24	35.1000	8.093	.569	.765
P25	35.1667	9.040	.331	.794
P26	35.1000	8.162	.639	.758
P27	35.2000	8.028	.542	.768
P28	35.0667	8.685	.440	.782
P29	35.0667	7.926	.623	.757
P30	35.1333	7.568	.453	.789



## Lampiran 5

### 1. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Hasil Uji Validitas Instrumen

No Pernyataan	Koefisien Korelasi (r hitung)	r tabel	Keterangan
1	0,550	0,361	VALID
2	0,568	0,361	VALID
3	0,554	0,361	VALID
4	0,667	0,361	VALID
5	0,456	0,361	VALID
6	0,716	0,361	VALID
7	0,647	0,361	VALID
8	0,540	0,361	VALID
9	0,719	0,361	VALID
10	0,662	0,361	VALID
11	0,601	0,361	VALID
12	0,691	0,361	VALID
13	0,736	0,361	VALID
14	0,816	0,361	VALID
15	0,634	0,361	VALID
16	0,823	0,361	VALID
17	0,565	0,361	VALID
18	0,735	0,361	VALID
19	0,463	0,361	VALID
20	0,369	0,361	VALID
21	0,411	0,361	VALID
22	0,553	0,361	VALID
23	0,554	0,361	VALID
24	0,683	0,361	VALID
25	0,464	0,361	VALID
26	0,728	0,361	VALID
27	0,669	0,361	VALID



28	0,563	0,361	VALID
29	0,726	0,361	VALID
30	0,643	0,361	VALID

b. Hasil Uji Reliabilitas

No	Indikator	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Term</i>
1	<i>Store Atmosphere</i>	0,827	11
2	Keragaman produk	0,807	10
3	Pembelian impulsif	0,796	9

**2. Interpretasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

a. Validitas

Untuk mengetahui valid tidaknya butir pernyataan nomor 1 sampai 20 maka dapat membandingkan antara  $r$  hitung dengan  $r$  tabel seperti berikut.

- 1) Nilai  $r$  tabel pada  $\alpha$  0,05 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang yaitu 0,361
- 2) Nilai  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom nilai koefisien korelasi Pengambilan keputusan.
  - a. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid
  - b. Jika  $r$  hitung negative dan  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka butir pernyataan tersebut dikatakantidak valid

Berdasarkan nilai koefisien korelasi untuk butir soal nomor 1 sampai dengan 30 dinyatakan valid, karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel

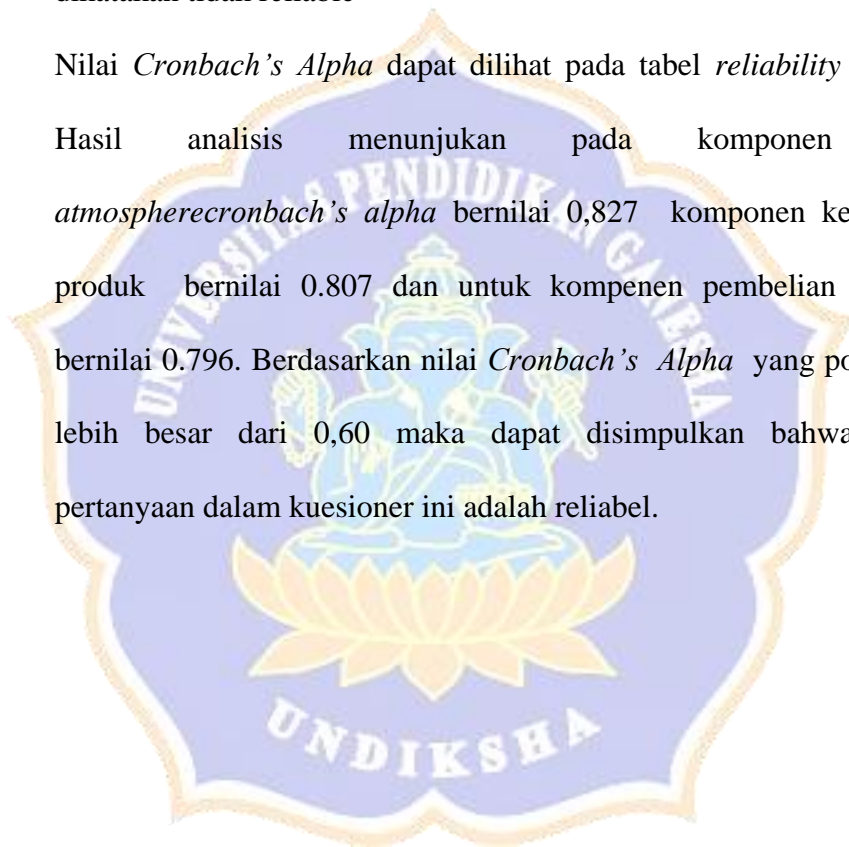
b. Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan terkait dengan reliabilitas butir pernyataan nomor 1 sampai dengan 20 sebagai berikut :

- 1) Jika *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  maka butir pernyataan tersebut dikatakan reliable.
- 2) Jika *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$  maka butir pernyataan tersebut dikatakan tidak reliable

Nilai *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel *reliability statistic*.

Hasil analisis menunjukkan pada komponen *store atmosphere* *cronbach's alpha* bernilai 0,827 komponen keragaman produk bernilai 0.807 dan untuk komponen pembelian impulsif bernilai 0.796. Berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* yang positif dan lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner ini adalah reliabel.



## Lampiran 6

### 1. Daftar Nama Responden Data Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur
1	Bagas maharatvrianka	Laki-laki	23
2	Aris irawan	Laki-laki	22
3	Eko triono	Laki-laki	26
4	Aroviki	Laki-laki	21
5	Andre prasetyo	Laki-laki	22
6	Deni iswantoro	Laki-laki	26
7	Riduwan	Laki-laki	23
8	Aam maulana	Laki-laki	23
9	Arya tamtama	Laki-laki	22
10	Nungki diarifma	Perempuan	24
11	Masharul	Laki-laki	28
12	Nova indra	Laki-laki	22
13	Rika putrid	Perempuan	22
14	Tesa kumala	Perempuan	22
15	Lutvi Amanda	Perempuan	25
16	Andre tramadol	Laki-laki	26
17	Indra laksana	Laki-laki	18
18	Vanisa gita	Perempuan	23
19	Servillia	Perempuan	24
20	Yoga agung	Laki-laki	23
21	Ivander gusti	Laki-laki	23
22	Vikcryhabibi	Laki-laki	23
23	Faizz	Laki-laki	23
24	Rickyfadewi	Laki-laki	23
25	Rio anggoro	Laki-laki	23
26	Baehaqialfian	Laki-laki	23
27	Agonghermawan	Laki-laki	24
28	Fatihin	Laki-laki	23
29	Dodot	Laki-laki	23
30	Dani	Laki-laki	23
31	Eggi fauzi	Laki-Laki	23
32	Devi Yurita Sari	Perempuan	23
33	July Soares	Laki-Laki	23
34	Gusnia Diva Imelia	Perempuan	18
35	Nurul Nelly	Perempuan	26
36	Elagian Puspitasari	Perempuan	23
37	Indah okta	Perempuan	23
38	Delfin Reza Fahlefi	Laki-Laki	25
39	Ahmad Masrul	Laki-Laki	30
40	Aas Yuliya Ningrum	Perempuan	23
41	Suci Dwi Aprilia	Perempuan	17
42	Silfi Rahayu putri	Perempuan	22
43	Amalia	Perempuan	22

44	Linda	Perempuan	23
45	Havidhotul Hasanah	Perempuan	21
46	YENI ARIKA YULI KRISAPTIAN	Perempuan	24
47	Sulistiani	Perempuan	28
48	Rendi Falani	Perempuan	29
49	Yeni yerica putri	Perempuan	21
50	Laily Maghfirah	Perempuan	21
51	Ningrum Anggraini	Perempuan	21
52	Anyaa	Perempuan	21
53	Fernika amanda	Perempuan	21
54	Chandra Puspita	Perempuan	21
55	Wahyu Eryanti Pratama Nursusanti	Perempuan	21
56	Sinta nuria	Perempuan	19
57	Berlian	Perempuan	21
58	Hanifah	Perempuan	22
59	Cahyani indah	Perempuan	24
60	Vina kusna	Perempuan	17



**Lampiran 7**  
**Kuesioner Penelitian**

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KERAGAMAN PRODUK  
 TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA DISTRO OSING DELES DI  
 BANYUWANGI**

**D. Identitas Peneliti**

Nama : Villia Arisma Putri  
 Nim : 1817011099

**E. Identitas Responden**

Nama Lengkap Responden :  
 Jenis Kelamin :  
 Umur :

**F. Petunjuk Pengisian Angket**

Jawablah pertanyaan berikut sesuai dengan keadaan saudara yang sebenarnya dengan cara

6. Daftar kuisisioner ini hanya semata-mata untuk data peneliti dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha Fakultas Ekonomi Prodi Pendidikan Ekonomi
7. Bacalah terlebih dahulu setiap butir pernyataan dalam kuisisioner dengan cermat
8. Berikan tanda cek (✓) pada jawaban yang benar-benar sesuai dengan kondisi anda
9. Satu pernyataan hanya boleh dijawab dengan satu pilihan jawaban
10. Pilihan jawaban yang tersedia:
 

SS	: Sangat Setuju
S	: Setuju
NT	: Netral
TS	: Tidak Setuju
STS	: Sangat Tidak Setuju

1. Store Atmosphere (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>A</b>	<b>Exterior (bagian luar toko)</b>					
1	Papan nama distro terlihat jelas					
2	Pintu masuk distro luas sehingga memudahkan akses masuk kedalam toko tersebut					
3	Toko distro memiliki fasilitas parkir yang luas					
<b>B</b>	<b>Interior (bagian dalam toko)</b>					
4	Pencahayaan pada toko distro mampu meningkatkan daya tarik toko tersebut					
5	Suhu udara di toko distro membuat saya nyaman					
6	Aroma ruangan di toko distro harum					
<b>C</b>	<b>Interior Display (penataan barang)</b>					
7	Pemasangan tanda petunjuk produk di distro memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan					
8	Pemasangan tanda produk diskon memudahkan saya dalam mencari produk yang didiskon					
<b>D</b>	<b>Store Layout (Tata Ruang Toko)</b>					
9	Sistem penataan barang di distro rapi					
10	Sistem pengelompokan barang di distro sistematis					
11	Jarak antar rak mendukung keancaran lalu lintas pengunjung di distro					

2. Keragaman Produk (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>A.</b>	<b>Variasi Merek Produk</b>					
12	Ada berbagai macam pilihan merk produk yang tersedia di ditro					

13	Desain produk yang disediakan oleh ditro memiliki motif yang menarik dan beragam					
<b>B</b>	<b>Variasi Kelengkapan Produk</b>					
14	Produk yang dijual di distro sangat lengkap					
15	Ketersediaan stock produk yang sejenis di distro					
16	Produk yang dijual di distro sangat bervariasi					
<b>C</b>	<b>Variasi Ukuran Produk</b>					
17	Took distro osing deles memiliki ukuran yang sesuai dengan keinginan					
18	Salah satu daya tarik yang dimiliki oleh distro adalah ukurannya					
19	Distro osing deles menyediakan berbagai macam ukuran pada setiap jenis produk yang dijual					
<b>D</b>	<b>Variasi Kualitas Produk</b>					
20	Produk-produk yang ditawarkan oleh distro memiliki kualitas tingkatan produk yang beragam					
21	Kualitas produk yang dijual sesuai dengan harga yang ditawarkan					

### 3. Pembelian Impulsif (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>A</b>	<b>Spontanitas</b>					
21	Saya suka membeli barang secara spontan di toko					
22	Saya membeli barang yang saya inginkan saja					
23	Saya suka menuruti keinginan saya untuk berbelanja di toko					

<b>B</b>	<b>Tanpa Berpikir akibat</b>				
24	Saya membeli barang-barang berdasarkan dorongan hati saya				
25	Saya lebih suka membeli barang tanpa perencanaan				
26	Saya tidak berpikir panjang ketika membeli barang yang saya sukai di toko				
27	Saya membeli barang tanpa pertimbangan harga				
<b>C</b>	<b>Tanpa Terburu-buru atau tegesa-gesa</b>				
28	Jika saya melihat sesuatu barang baru ditoko maka saya ingin membelinya				
29	Saya mempunyai kecenderungan menelusuri toko lebih lama				
30	Saya merupakan seseorang yang senang berbelanja karena dapat meringankan stress				







45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
46	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	46
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
50	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	45
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
52	4	5	2	4	5	5	4	4	5	5	4	47
53	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	43
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
55	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	44
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
58	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	47
59	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	52
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55



## 2. Data Ordinal Keragaman Produk (X2)

No	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
6	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	47
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
10	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	40
11	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	41
12	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
13	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
14	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
15	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	43
16	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
17	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	44
18	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
19	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
20	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	41
21	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
22	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
23	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44

24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
26	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
27	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
29	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	5	2	5	5	3	4	4	5	5	43
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	39
35	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	46
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
39	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	36
40	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	35
41	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	42
44	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
45	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
46	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	43
47	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
48	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48

49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	47
51	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
52	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	45
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
56	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
57	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	45
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50



### 3. Data Ordinal Pembelian Impulsif (Y)

No	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	Total
1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
6	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
7	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
8	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33
9	5	5	5	4	4	4	4	4	1	36
10	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
11	4	3	4	4	4	3	5	5	5	37
12	4	4	5	4	4	4	5	5	5	40
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
14	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
15	5	5	4	4	5	5	5	5	4	42
16	5	4	5	4	4	4	5	5	5	41
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
19	5	4	4	4	4	4	4	5	5	39
20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
21	4	4	5	4	4	4	4	5	5	39
22	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38





48	5	5	5	5	5	3	4	4	4	40
49	5	4	4	4	4	4	4	5	5	39
50	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
51	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
52	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
53	5	3	4	5	5	4	4	4	4	38
54	5	4	4	4	4	5	5	5	5	41
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
56	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
57	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
58	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
59	4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
60	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41



## Lampiran 9

### Hasil uji asumsi klasik

### Uji AsumsiKlasik

#### 1. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.39016801
	Absolute	.160
Most Extreme Differences	Positive	.160
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		1.241
Asymp. Sig. (2-tailed)		.092

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 20.0 for windows*. Kriteria pengujian apabila nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  atau ( $\text{sig} > 0,05$ ) maka data terdistribusi normal, apabila sebaliknya nilai signifikansi lebih kecil dari pada  $\alpha = 0,05$  atau ( $\text{sig} < 0,05$ ) maka data tidak terdistribusi normal. Berdasarkan pada output SPSS diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,092 > 0,05$  maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolonearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	16.637	3.721				4.471
1 Store Atmospher	.195	.051	.409	3.803	.000	.866	1.155
KeragamanProduk	.304	.085	.384	3.570	.001	.866	1.155

a. Dependent Variable: PembelianImpulsif

Uji multikolonearitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 20.0 for windows*. Pengambilan keputusan apabila nilai VIF  $< 10,00$  atau nilai

*Tolerance* > 0,10 maka data tidak multikolinearitas. Apabila sebaliknya nilai *VIF* > 10,00 atau nilai *Tolerance* < 0,10 maka data terjadi multikolinearitas. Berdasarkan output SPSS maka diketahui bahwa nilai *VIF* sebesar 1,155 < 10,00 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,866 > 0,10 maka dapat disimpulkan data tidak terjadi multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-2.714	2.580		
1 Store Atmosphere	.062	.035	.238	1.740	.087
KeragamanProduk	.032	.059	.074	.542	.590

a. Dependent Variable: RES1

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 20.0 for windows* dengan menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan apabila nilai sig > 0,05 maka data tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila nilai sig < 0,05 maka data terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan output SPSS maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel *Store Atmosphere* sebesar 0,087 > 0,05 dan nilai variabel *KeragamanProduk* sebesar 0,590 > 0,05 maka dapat disimpulkan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa data telah lolos dari uji asumsi klasik sehingga data dapat digunakan untuk analisis regresi berganda.

## Lampiran 10

## UJI REGRESI

1. Hasil Uji t untuk Pengaruh Variabel *Store Atmosphere* terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Osing Deles di Banyuwangi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.164	2.489		10.914	.000
Store Atmospher	.262	.052	.550	5.011	.000

a. Dependent Variable: PembelianImpulsif

Berdasarkan Tabel di atas diketahui nilai sig pada variabel X1 sebesar 0.000, artinya lebih kecil dari nilai 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X1 terhadap Y

2. Hasil Uji t untuk Pengaruh Variabel Keragaman Produk terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Osing Deles di Banyuwangi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.478	3.976		5.151	.000
KeragamanProduk	.423	.088	.534	4.807	.000

a. Dependent Variable: PembelianImpulsif

Berdasarkan Tabel di atas diketahui nilai sig pada variabel X2 sebesar 0.000, artinya lebih kecil dari nilai 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X2 terhadap Y

3. Hasil Uji F untuk Pengaruh Variabel *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Osing Deles di Banyuwangi

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	253.922	2	126.961	21.470	.000 <sup>b</sup>
Residual	337.061	57	5.913		
Total	590.983	59			

a. Dependent Variable: Pembelian Implusif

b. Predictors: (Constant), Keragaman Produk, Store Atmospher

Berdasarkan Tabel di atas diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000, artinya nilai tersebut lebih kecil dari nilai 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X1 dan X2 terhadap Y

4. Hasil uji R Square

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 <sup>a</sup>	.430	.410	2.432

a. Predictors: (Constant), KeragamanProduk, Store Atmospher

Berdasarkan tabel Model Summary bagian R square diketahui memperoleh nilai sebesar 0,814 artinya besaran pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 43,0% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diujikan dalam penelitian ini.

## 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	16.637	3.721		
1 Store Atmosphere	.195	.051	.409	3.803	.000
KeragamanProduk	.304	.085	.384	3.570	.001

a. Dependent Variable: PembelianImpulsif



## RIWAYAT HIDUP



Villia Arisma Putri, lahir di Banyuwangi 8 April 1999. Penulis adalah anak pertama. Putri dari pasangan Alm. Langgeng widodo dan Chusnul Khotimah. Villia adalah nama panggilan akrabnya. Penulis berasal dari Banyuwangi yang saat ini tinggal di Kabupaten Banyuwangi dan berkebangsaan Indonesia. Saat ini penulis beralamat di Desa Grajaggan, Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Pada tahun 2006-2012 penulis memulai pendidikan MI di MI-NU 1 Grajaggan, kemudian setelah lulus penulis melanjutkan pendidikannya di Mts 1 Purwoharjo, penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Tegaldlimo, penulis melanjutkan kuliah pada tahun 2018 di Prodi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Bali.

